

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
POSGRADO EN SOCIOLOGÍA

Redes digitales de comunicación informal en la sociología.

Los profesionales de la sociología en Twitter

Fernando Christian, Hernández Pérez

Idónea Comunicación de Resultados (ICR) para optar
por el grado de Maestro en Sociología

Línea de investigación: Teoría y pensamiento sociológico

MIEMBROS DEL JURADO

Dr. Héctor Vera Martínez

Asesor de ICR

Dr. José Hernández Prado

Dra. Adriana García Andrade

Dra. Nina Ines Jung

Dr. Alejandro Méndez Rodríguez

Ciudad de México

Abril de 2016

AGRADECIMIENTOS

Strong and weak ties



Resumen

El objetivo principal de este trabajo pugna por un aporte al conocimiento de las formas de comunicación y vinculación informales entre un conjunto de profesionales de la sociología (n=280) con participación activa en la red digital Twitter. El universo exploratorio de usuarios, registrado a partir de la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter que data de 2007, está centrado en profesionales de la sociología con un grado doctoral o en vías de su obtención.

La aplicación del Análisis de Redes Sociales (ARS) fue la perspectiva metodológica y analítica que permitió visualizar los vínculos entre los usuarios a fin de conocer el lugar que estos ocupan en el circuito de la red Twitter así como el papel que juegan determinados usuarios en el flujo de la información. Asimismo este análisis se apoya en el principio de la intensidad de los vínculos propuesto por la teoría de la fuerza de los vínculos débiles de Mark Granovetter como un elemento que tendió a señalar la trascendencia del vínculo entre usuarios fuera del espacio digital.

Por otra parte, se llevó a cabo el análisis de contenido de 600 micromensajes o *tweets* que publicaron tres usuarios con distintas posiciones y edades académicas. Éste permitió construir una tipología sobre el contenido que publicaron estos usuarios y por ende conocer el uso que un profesional de la sociología da a la red Twitter.

Este trabajo introduce la noción de colegios invisibles como un recurso contextual que subraya la relevancia sociohistórica de la comunicación informal en la generación de conocimiento y en la creación de redes de contacto como parte indivisible de la estructura de comunicación de la ciencia.

El uso de herramientas informáticas en el quehacer sociológico llevó a esbozar como reflexión complementaria una serie de interrogantes sobre el uso de la tecnología en la sociología.

Además de una contribución al conocimiento de un grupo de profesionales de la disciplina sociológica en una arena informal, este trabajo aporta un método de aproximación al estudio de la comunicación informal en uno de los espacios digitales de mayor uso en la actualidad.

ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	3
Índice de figuras, gráficos, cuadros y grafos	6
Introducción	8
Objetivos	18
Itinerario	18
I. LOS PROFESIONALES DE LA SOCIOLOGÍA EN LA PLATAFORMA DIGITAL TWITTER.....	21
Universo exploratorio y límite disciplinario	24
@bourdieu: el eslabón que une a la cadena. El origen de los datos	25
Qué revelan los datos	28
¿Todos son bourdieuanos?	29
Aristocracia académica. Los <i>Philosophiae doctor</i> de la sociología	30
Mujeres y sociología. Distribución de usuarios según sexo.....	31
Nacirema Tsigoloicos. Sociology speaks English.....	33
La internacionalización de la sociología. Principales centros académicos	35
Ciudades	38
Afiliación académica.....	38
Edad académica. Año de obtención del grado de doctor.....	40
Sobre el uso de la red digital.....	43
Registro de actividad en la red	45
Año de unión a la red	46
Flujo de mensajes	48
II. LA ICONOGRAFÍA DE LA RED. DE LOS <i>FOLLOWERS</i> A LAS POSICIONES ACADÉMICAS.....	53
Algunas consideraciones.....	55
El análisis de redes sociales (ARS).....	56
Propiedades estructurales de la red	58
La centralidad.....	59
La fortaleza de los vínculos	62
La naturaleza de los vínculos en Twitter.....	65
La visualización de la red. De la intuición al cálculo	66

La red completa.....	68
The Londoners. Subredes por adscripción institucional	71
El grupo de Goldsmith	72
El grupo de la London School (LSE)	77
La red no es lo que aparenta.....	84
La fractura lingüística	88
Colofón. Henry Oldenburg, un políglota y diplomático entre científicos	92
III. UNA MIRADA A LA VIDA DEL ACADÉMICO #lifeofanacademic	94
Tres usuarios, tres momentos de la vida académica	95
La recuperación de la evidencia.....	96
El método de análisis	97
Uso generacional de la plataforma.....	104
Craig Calhoun. El usuario cosmopolita.....	104
Lisa Wade. Fundadora o advenediza.....	107
Deborah Lupton. La representante australiana.....	111
IV. ALGUNAS INTERROGANTES SOBRE EL USO DE LA TECNOLOGÍA EN LA SOCIOLOGÍA.....	116
Preludio teórico. La mediación técnica.....	117
Niklas Luhmann y el “papel como pasión”	120
El Laboratorio de Antropología Social y la poderosa tecnología del fichero.....	122
Howard Becker y la computadora personal	123
V. A MODO DE CONCLUSIÓN	127
ANEXO. Pierre @bourdieu.....	136
Antonomasia: El nombre de usu@rio por el propio	140
ANEXO ESTADÍSTICO	143
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	156

Índice de figuras, gráficos, cuadros y grafos

Ilustración 1. Arquitectura de un <i>tweet</i> o micropublicación.....	9
Ilustración 2. Dos eventos internacionales de sociología.....	10
Ilustración 3. "On the Internet, nobody knows you're a dog".....	27
Ilustración 4. Captura de pantalla. Micromensaje donde se observa a tres usuarios.....	80
Ilustración 5. Fichero (<i>Zettelkasten</i>) de Niklas Luhmann	121
Ilustración 6. Claude Lévi-Strauss en el Laboratorio de Antropología Social.....	122
Ilustración 7. Captura de pantalla de la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter.....	139
Figura 1. Distribución geográfica.....	34
Figura 2. Distribución por año. Obtención del grado de doctor	43
Figura 3. Año de unión a la red digital Twitter	47
Figura 4. Centro de una estrella o eje de una rueda con cinco puntos.....	60
Gráfico 1. Estatus de los sociólogos con respecto al grado de doctor.....	31
Gráfico 2. Distribución de sociólogos por sexo	32
Gráfico 3. Porcentaje por país. Actividades de los profesionales de la sociología	33
Gráfico 4. Frecuencia de idioma en la actividad profesional de los sociólogos.....	35
Gráfico 5. Distribución de las principales instituciones académicas.....	36
Gráfico 6. Porcentaje de sociólogos con puestos fijos y temporales en la academia.	39
Gráfico 7. Porcentaje de los cargos que ocupan los sociólogos	39
Gráfico 8. Frecuencia de sociólogos. Grado de doctor en los siglos XX y XXI.....	41
Gráfico 9. Fecha en la que se registró la última actividad (<i>tweet</i>) de los usuarios.....	46
Gráfico 10. Total de mensajes publicados (<i>tweets</i>) por usuario.....	49
Gráfico 11. Distribución temporal de la serie de tres conjuntos de datos.	98
Gráfico 12. Distribución de 600 micromensajes o <i>tweets</i> por categoría de contenido.....	103
Gráfico 13. Distribución de 200 mensajes emitidos por @craigjcalhoun.....	105
Gráfico 14. Distribución de 200 mensajes emitidos por @lisawade.....	110
Gráfico 15. Sitios web. Autopromoción de la actividad profesional por @dalupton.	112

Gráfico 16. Distribución de 200 mensajes emitidos por @dalupton.....	114
GRAFO 1. La red completa.....	70
GRAFO 2. Visualización. Sociólogas en la Universidad de Londres, Goldsmith	73
GRAFO 3. Subred. Universidad de Londres, Goldsmith	74
GRAFO 4. Subred. Sociólogas en Goldsmith. Posición en el Depto. de Sociología.....	76
GRAFO 5. Fortaleza de la vinculación	77
GRAFO 6. Profesionales de la sociología con adscripción a la LSE	78
GRAFO 7 . Subred (detalle). Adscripción a la LSE.....	81
GRAFO 9. Grado nodal (output).....	82
GRAFO 8. Grado nodal (input).....	82
GRAFO 10. Grado nodal (input). Universidad de Londres, Goldsmith y LSE	86
GRAFO 11. Intermediación	87
GRAFO 12. Subred por idioma: español/ inglés.....	91
Cuadro 1. Tipología de análisis de contenido.....	100
Cuadro 2. Ejemplo. Tipología y codificación empleado en el análisis de contenido.....	102

Introducción

El 5 de mayo de 2015 el sello editorial Routledge. Taylor & Francis Group (@Routledge_Socio) anuncia desde Twitter una obra de reciente aparición en su catálogo de publicaciones de sociología: se trata de *Digital Sociology* de Deborah Lupton. El mensaje, de notable y obligada economía sintáctica, dice lo siguiente: “*Digital Sociology* by @dalupton – ‘it deserves the widest readership possible’ <http://ow.ly/MkIc7> #digital”. Tiempo después, este mismo mensaje cobra eco en la cuenta personal de la propia autora y a su vez en las redes personales de sus colegas y terceras personas, asegurando así una difusión discreta de la obra. Con todo, esta noticia no resultó una novedad, la misma Lupton (@daLupton) ya había anticipado a su círculo de contactos la premier del lanzamiento de la obra varios meses atrás al publicar: “*My Digital Sociology book is getting very close to release* <http://bit.ly/1VrtPU6> #digitalsociology” (16 octubre de 2014). Al final, tras varios meses, ofreció un enlace con el PDF de la introducción también desde su cuenta personal en Twitter: “*The Introduction chapter to my book 'Digital Sociology' is OA here:* <http://bit.ly/1PfGp9j> #digitalsociology” (4 de julio de 2015). En el mundo de la academia, Deborah Lupton es una reputada socióloga con una trayectoria prolífica. Ocupa en la Universidad de Canberra (Australia) el cargo de *Centenary Research Professor*, título académico que sólo unos cuantos miembros de la institución aspiran a obtener. Dentro del gremio, ella es una entusiasta y conocida usuaria de la red digital Twitter, al tiempo que anima el blog *This Sociological Life* desde 2012.

La puesta en circulación de un producto del trabajo académico como *Digital Sociology* conlleva un proceso que involucra toda una infraestructura formal de recursos humanos y no humanos (Latour, 2001) como son el acceso a bibliotecas, el financiamiento de proyectos, las instalaciones y el equipo académicos, el acceso a internet, el contacto con colegas en el mundo online/offline. Sin embargo, el trabajo de difusión de la misma, llevado a cabo en principio por una casa editorial de un no menor prestigio, cobra eco en las redes personales de académicos –y organizaciones– en entornos poco utilizados, e incluso antagónicos, de los que se vale por lo regular la institución académica oficial. Al hojear las primeras páginas de *Digital Sociology*, de entrada el lector se percata de cuatro extractos que reseñan la obra, todos, testimonios signados por colegas del círculo social de la autora y que al mismo tiempo son parte de su red personal de

contactos en la plataforma digital Twitter. La frontera de la comunicación dialéctica entre colegas en escenarios formal e informal suele no ser clara.



Ilustración 1. Arquitectura de un *tweet* o micropublicación

Del 22 al 25 de agosto de 2015 se llevó a cabo en Chicago la reunión anual de la Asociación Estadounidense de Sociología (ASA por sus siglas en inglés, American Sociological Association), una agrupación de profesionales de la sociología fundada en 1905 y que cuenta en la actualidad con más de trece mil miembros. Tal y como promovieron el año anterior, los organizadores, a través de la cuenta oficial [@ASAnews](#) en Twitter, alentaron a los participantes a emplear el uso del *hashtag* [#ASA15](#), signo convencional de comunicación en esta plataforma, a fin de que todas las publicaciones (*tweets*) de la hermandad sociológica quedaran etiquetadas bajo

dicha rúbrica facilitando *in situ* la consulta de lo que ocurría “en vivo” durante los cuatro días de jornadas del evento.

No es una novedad que profesionales de distintas disciplinas, así como de otras instituciones de sociología, tienden a privilegiar el uso de la plataforma Twitter en conferencias al considerarlo como un medio cómodo para intercambiar ideas, comentar las ponencias, registrar las peculiaridades (notables y banales) de los encuentros profesionales, con lo que se persigue trascender el espacio físico circunscrito al evento, al auditorio, a la mesa, al contacto cara a cara (fortuito o planeado). No sólo los sociólogos tuiteros gustan de la práctica del *hashtag*, incluso hasta entre los biólogos hay quienes han escrito un decálogo, de valor académico, cabe decir, sobre cómo *tuitear* en el contexto de eventos científicos (Ekins & Perlstein, 2014). Adoptar una correcta etiqueta escritural y un código del buen uso del medio son sólo un par de recomendaciones que sugieren para tales ocasiones.



Ilustración 2. A la izquierda, *tweet* del discurso de la presidenta de la Asociación Americana de Sociología en la reunión de 2015 en Chicago. A la derecha, conferencia de Zygmunt Bauman en la reunión anual de la Asociación Europea de Sociología en Praga, República Checa. La captura de pantalla se obtuvo al consultar los *hashtags* #ASA15 y #esa2015.

No con la misma fluidez y efectividad que su contraparte estadounidense, los sociólogos que se dieron cita en la República Checa del 25 al 28 de agosto de 2015 con motivo de la doceava conferencia de la Asociación Europea de Sociología (ESA, European Sociological Association), buscaron de igual forma catalogar todo el flujo de micromensajes de la congregación con los *hashtags* #esa2015 y #esa15. Justo el mismo día que finalizaba la reunión de sociólogos estadounidenses en Chicago, daba inicio la reunión de los sociólogos del viejo continente en Praga. En ambos casos, el uso convergente de una plataforma *alternativa* de comunicación digital por representantes de la disciplina sociológica fue utilizada para informar lo que acontecía en eventos académicos de una magnitud considerable. Si tradicionalmente las memorias de los congresos son a la comunicación formal, hoy en día el flujo de los *tweets* es a la comunicación informal.

En el mundo académico existe una marcada diferencia entre lo que se concibe dentro y fuera de los límites institucionales (simbólicos, físicos y digitales). En el seno de la *institución formal* se dan a conocer los hallazgos de investigación, se transmite el saber de la disciplina a los iniciados, e incluso se expresan la preocupación y postura políticas por el acontecer social, contribuyendo de esta manera a la circulación, la reproducción, el ejercicio, y el desarrollo de una rama del conocimiento que acompaña, asimismo, el renombre de una institución académica. La docencia en el aula de clases, la publicación en revistas arbitradas y en libros (impresos y digitales), los registros de asistencia y participación en congresos y en conferencias, son en conjunto arenas objetivas y cuantificables donde se valida el quehacer profesional, se forjan el prestigio y el reconocimiento académicos, se engordan los registros curriculares. Estas prácticas constituyen el *modus vivendi* del trabajo académico, siempre articuladas por el brazo de la institución de pertenencia, y cuya síntesis por excelencia —resumida o *in extenso*— se encuentra plasmado en el *curriculum vitae* como un registro histórico a modo de relato autobiográfico de la vida académica.

La visión de la ciencia como una práctica libre de tensiones y del seguimiento al pie de la letra de los protocolos de validación, de la solemnidad de citar las fuentes que gozan de mayor prestigio, del científico encerrado en el laboratorio, conlleva a pensar que la generación de conocimiento, en este caso el saber de la sociología, sólo es propicio a desarrollarse en un ecosistema donde

median la exclusividad de los recursos (social, cognitivo y material) provistos por la institución académica, los recursos formales y certificados. Incluso se llegan a ver con malos ojos a los medios exógenos, a las maneras no legítimas, ajenos a las buenas prácticas y a los medios “serios” de validación del conocimiento. “No consultarás ni citarás la Wikipedia”, versa un anacrónico mandamiento. Si acaso, el epígrafe, licencia literaria que transgrede la solemnidad de una bibliografía depurada, es la única falta de respeto que admitiría la revisión más rigurosa de un texto con pretensiones científicas. Los agradecimientos, suscritos al pie de página o en una sección expresa, y la obliteración en casos de mayor sofisticación, también son parte de esta tregua.

El ámbito de *la mediación informal* es un recurso antiguo, primigenio, al que han acudido los científicos e intelectuales como una vía complementaria, a veces primaria, de comunicar, discutir y propiciar el conocimiento. A mediados del siglo XVII, el filósofo natural Robert Boyle, junto con otros de sus colegas, encabezaron la tarea de formar un grupo de investigación que solía reunirse en tabernas con el objetivo de intercambiar información y experiencias sobre temas de ciencia compartidos. El propio Boyle se refería a esta congregación como un *colegio invisible*, en oposición a los colegios visibles —Oxford y Cambridge— de la época. Esta manifestación extramuros logró gestar pequeñas redes de comunicación entre especialistas de diversos temas. Años más tarde, con las dádivas del Rey Charles II, tal organización de científicos derivaría en la formación de la Royal Society en Londres —hecho que marca el fin de la revolución copernicana al conquistarse la autonomía del campo científico (Bourdieu, 2001, pág. 96)— y después, en la publicación periódica de *Philosophical Transactions*, la primera revista científica en la historia.

El interés por señalar este hecho histórico en un trabajo sobre la comunicación sociológica en la era de las redes digitales del primer cuarto del siglo XXI, es dar cuenta de una forma elemental, fundacional, de comunicación entre científicos de data antigua y que *mutatis mutandis* continúa como una práctica poco visible, no registrable por los conductos oficiales de comunicación de la ciencia y puesta en práctica por todo profesional que pertenece a un campo disciplinar que naturalmente reclama rendir cuentas. Pero más importante todavía es establecer que la formación y el mantenimiento de vínculos entre científicos por canales informales —problema de fondo de

esta investigación— es parte intrínseca e indivisible de la estructura de comunicación de la ciencia, clave argumentativa que orientará a esta empresa académica.

Más cercano a esta época, en los años sesenta del siglo XX y desde la perspectiva del análisis bibliométrico, De Solla Price destacó la relevancia de la *informalidad* en la comunicación científica al denominar “nuevos colegios invisibles” a los grupos de científicos que trabajan en temas similares desde lugares distantes y que animados por el *espíritu* de intercambiar información valiosa (vía correo postal) solían poner a disposición de la cofradía los hallazgos preliminares, los *preprints*, esto es, los resultados de investigación que todavía no son avalados oficialmente entre pares o por un comité dictaminador para su publicación formal. Más tarde la socióloga Diana Crane retomaría el término de *colegios invisibles* para referirlo a una comunidad informal de científicos reunidos bajo un mismo tema en donde se intercambia información y cuya característica principal apunta a la carencia de un marco institucional fundante que organice a los científicos, los convoque, y los mantenga vinculados entre sí (Miceli, Bruno, & Puhl, 2011).

En el contexto de la red de redes, y todavía con mayor precisión, en el espacio circunscrito a los sitios de redes sociales, las plataformas de comunicación informal permiten exponer y movilizar el bagaje de conocimiento –sociológico, en este caso– del científico, del experto, en trincheras paralelas a las provistas por la institución académica de pertenencia. Esto conduce a pensar lo *informal* como una condición facultativa, opcional, esto es, no constitutiva de la sociología en el aspecto institucional, como sí los son —por ejemplo— la obligación de publicar un determinado número de productos de investigación en un periodo señalado, dictar conferencias, participar en congresos o impartir cátedra el número de horas que estipula el contrato; es decir, actividades derivadas del compromiso contractual a una institución académica. Así y todo, la división entre formal e informal no suele ser tajante como el blanco y el negro. Para Lynn McAlpine, quien se especializa en temas sobre la construcción de la identidad académica en estudiantes de doctorado, la partición entre actividades formal e informal conlleva a una gradación intermedia. Ella refiere a la categoría *semi-formal* como una actividad planificada y pública, con características estructuradas de la actividad formal (planificación, documentación, criterios de evaluación) pero que no está asociada con un particular estándar de evaluación (benchmark) para el individuo que

participa, por ejemplo, la asistencia a un *workshop*, la reunión con el tutor o el supervisor de la tesis (McAlpine, Jazvac-Martek, & Hopwood, 2009, pág. 100).

¿Si la comunicación científica por medios informales es un recurso antiguo, entonces cabe preguntarse cuál es el ingrediente propio de nuestros días que se amalgama a la estructura social de la comunicación científica y en específico a la que concierne a la disciplina sociológica? Resulta obvio intuir que la incursión de las tecnologías digitales en el proceso de comunicación de la ciencia es una variable que imprime al quehacer profesional un giro significativo en la forma de relacionarse entre pares y en la concepción que se tiene de la propia disciplina cuando, por ejemplo, en el caso de los estudios sociales, emergen nuevos campos de estudio como el de *Digital Humanities*. Hoy en día se tiende a explotar –y cultivar– a distancia a los contactos personales. También es común entablar comunicación con un amplio abanico de personas e instituciones y acceder a más información proveniente de una variedad de fuentes (Rainie & Wellman, 2012, pág. 13).

Enfrentarse en la actualidad a una interfaz gráfica y crear espacios personales de comunicación en internet resulta relativamente fácil en comparación con los conocimientos informáticos que exigía la Web de finales del siglo XX. En el caso particular de los sociólogos, aun así, estos representan un grupo con incipiente presencia en el ámbito digital, en contraste con los profesionales de otras disciplinas cercanos a los menesteres de la tecnología. Con el tránsito de los sitios de redes sociales (SRS) como el nuevo “*paradigma que conecta información, personas e ideas*” (boyd, 2015), se observa una creciente participación de personas e instituciones de todos los ámbitos de la vida social, económica y política. Los profesionales de la sociología en el universo digital no son una excepción y su estudio representa, desde nuestra posición, un objeto de conocimiento que debe atenderse. El fenómeno de comunicar la actividad profesional desde los medios digitales dominantes de hoy en día propicia una serie de preguntas e inquietudes intelectuales empujadas, sin duda, por la experiencia personal en medios digitales y el perfil profesional de quien escribe. Así pues, cabe preguntar y responder: ¿Qué hay de las redes personales que funcionan al margen de la institución de adscripción? ¿Dónde se observa la comunicación informal –latente– en la estructura formal, oficial, de comunicación de la disciplina sociológica? ¿Dónde se encuentra el *back stage* goffmaniano en el que se rompe la compostura

de la etiqueta académica y se abandonan las reglas protocolares del *abstract*, del “estado del arte”, del póster, de la pipa y los guantes de las herramientas de observación, de la “*vigilancia epistemológica*”, del tirano límite de palabras y de la prosa gris e impenetrable? ¿Dónde pueden rastrearse los ámbitos de comunicación informal de la sociología en la era de la conectividad digital perpetua?

Aunque apenas una pequeña proporción de especialistas en sociología emplean las redes de comunicación digital en su vida profesional —más allá del uso elemental del correo electrónico y la suscripción a *newsletters*, por supuesto medios nada desdeñables—, cabe destacar un importante número de profesionales de la sociología que da un uso peculiar a la red de los 140 caracteres. Un caso de la práctica académica en el uso de canales de comunicación informal, propio de nuestra época, se describe en el artículo titulado “From Tweet to Blog Post to Peer-Reviewed Article: How to be a Scholar Now”. En éste, la socióloga Jessie Daniels (2013), @JessieNYC en Twitter, relata cómo los medios digitales han cambiado sustancialmente su labor académica. La autora describe el proceso por el cual un *tweet*, publicado en su cuenta personal en el contexto de la reunión anual de la Asociación Estadounidense de Sociología en 2010, devino en el germen de una idea que después maduró tras escribir un *post* en su propio blog y recibir comentarios de personas alejadas geográficamente y, por supuesto, procedentes de instituciones académicas distintas a la suya. Más tarde, ese *post* evolucionó en una serie de otros siete que a su vez culminaron en la publicación formal de un artículo en la revista *Media, Culture & Society*, firmado en co-autoría con Matthew W. Hughey.

Dirigir los reflectores hacia las formas de organización y las prácticas de los sociólogos en la red Twitter implica asimismo considerar los medios de comunicación formal e informal como parte de un proceso de gestación y propagación del conocimiento. Las formas de comunicación informal son parte de la estructura de comunicación de la ciencia que cobran importante relevancia al vincularse con otras prácticas y otros medios oficiales de validación y consagración, *un medio para alcanzar a otro medio*, en la cadena de producción y difusión de un saber particular.

Todavía resulta osado aseverar que la apropiación de medios digitales en el ámbito de la investigación sociológica tiene implicaciones sustanciales en la sociología como disciplina a un nivel epistemológico, a nivel de los resultados de investigación. La misma suerte corre plantear una conclusión generalizada sobre la injerencia directa del ordenador personal, compañero inseparable de cualquiera que se gane la vida con las letras, como entidad “*actante*” (Latour, 2001) de peso en la actividad escritural del sociólogo (Becker, 2011). Sin embargo, la observación de los datos sustraídos de la red digital Twitter permite dar cuenta de *una nueva forma* en la que los profesionistas de la sociología, fuera de los espacios reglamentados de la práctica académica oficial, comunican y reciben información especializada entre pares, una práctica ordinaria entre profesionales como el simple hecho de conversar e intercambiar experiencias con colegas del mismo departamento académico, el cotilleo intelectual, o frecuentar los círculos de amistades intelectuales, en ocasiones tan eficaces como la lectura compulsiva de artículos o el enclaustramiento en los laboratorios de investigación. Es probable que el *esprit* que anima la comunicación entre especialistas no haya cambiado mucho desde tiempos de Boyle, pero lo que es una certeza es que los medios por los que ésta se propaga entre los diversos grupos de expertos se han transformado enormemente, y sobra decir que esto guarda una serie de implicaciones en el *ethos* académico y en la disciplina misma (Latour, 2015) que resta averiguar.

El valor agregado que proviene de los vínculos de las redes personales de carácter informal fructifica cuando los científicos, por ejemplo, incorporan la primacía de información valiosa en estado puro —es decir, antes de que ésta llegue a los medios públicos de validación (Lieberman & Wolf, 1990)— en producto de investigación tangible bajo la forma de un artículo científico, de un libro, de un descubrimiento, del empuje a una controversia científica, o en su forma más oscura y reprobable, en el plagio de una idea o un texto como una artimaña de sobrevivencia. El artículo científico o especializado, en este caso de tinte sociológico, afirma Gabriel Abend, “*es un artefacto literario que oculta los complejos procesos sociales que intervienen al ‘practicar’ o ‘hacer’ (do y make) ciencia*” (Abend, 2007, pág. 578). Los productos de investigación vienen a ser como los picos más visibles en el iceberg del proceso de comunicación disciplinar.

Al afirmar que las formas de comunicación tamizadas de informalidad son parte esencial en la estructura de comunicación de la ciencia, resulta obligado aseverar, de igual manera, que los

medios que emplean los científicos (toda disciplina científica tiene un software al que rinde pleitesía), tanto para documentar la investigación (el papel ahora convive con el PDF) como para establecer circuitos de comunicación entre colegas, cambiaron con la emergencia de las redes digitales descentralizadas como paradigma comunicativo (Castells, 2010). La comunicación digital, en este caso la red Twitter, permitirá conocer otras formas de diálogo explícito y simbólico entre representantes del campo sociológico a un amplio margen de las líneas protocolares que establece la institución académica.

El planteamiento de la incursión y comunicación entre diversos grupos de expertos (colegios invisibles) en la red Twitter como una forma de adaptar el entorno a las *necesidades académicas*, no es un tema novedoso, éste ya se ha trabajado con anterioridad sobre todo en el horizonte disciplinar de lo que se denomina *Digital Humanities* (Quan-Haase, Martin, & McCay-Peet, 2015) (Holmberg & Thelwall, 2014). Sin embargo, la cuidadosa atención a la que se someterá el análisis de las prácticas de los representantes de la disciplina sociológica en dicha plataforma — conviene hablar de un *digital sociologicus*— aún no ha sido explorada con un mayor enfoque salvo cuando a éstos se les incluye como parte del campo de las ciencias sociales en general (Lupton, 2014).

Cabe enfatizar que no se intentará hacer una apología de los medios digitales al derivar conclusiones sociales del análisis computacional *per se* como de ordinario atribuyen los resultados de estudios académicos y mercadotécnicos realizados por diversos especialistas de las ciencias de la información (“*tratamos de ser los sociólogos de Facebook*”, asegura un analista registrado en la nómina de Mark Zuckerberg) y los “rederos” de la Web, quienes manifiestan una verdadera obnubilación por el análisis apresurado (*Fast Data*) de inmensas cantidades de datos (*Big Data*, $n=all^1$). Tampoco se hablará de las grandes infraestructuras informáticas que vinculan a los centros de investigación científica, ni de las ambiciosas iniciativas institucionales que organizan a los investigadores en torno a un proyecto científico de colaboración a distancia. Por contrario, se tratará un espacio de “micro” redes personales que involucran apenas a una proporción minoritaria y exploratoria de los profesionales de la sociología —de carne y hueso, a

¹ Expresión irónica del sociólogo Kevin Lewis www.kevinlewis-sociology.com durante su intervención en la *New Computational Sociology Conference*, 15 de agosto de 2014, San Francisco, California. Ésta refiere a la usual y pretenciosa ambición de considerar a la totalidad de la población en los análisis computacionales del *Big Data*.

los que se contacta a través de un email, de un *tweet*, a los que se conoce a unos cuantos toques de puerta— dispersos en el mundo. Interesa reflexionar sobre un grupo particular de profesionales en un espacio digital en tanto su aporte cognoscitivo a la disciplina sociológica. Además importa conocer lo que acontece en un entorno de pequeñas redes sociodigitales — autónomas— de base microelectrónica y alcance planetario (Castells, 2010) cuyo punto convergente es la pertenencia a un campo disciplinar, el sociológico. Dicho lo anterior, conviene trazar los objetivos que persigue esta investigación.

Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es de orden cognoscitivo. Pugna por un aporte al conocimiento de las formas de comunicar la práctica profesional y de vinculación entre un grupo de sociólogos y sociólogas en el contexto de una red digital de carácter informal, la red Twitter. De manera particular se persiguen los siguientes objetivos: visibilizar la presencia de académicos altamente cualificados en ámbitos ajenos a los medios formales de comunicación disciplinar; conocer una proporción del tipo de información que publican los usuarios; y como resultado aportar una perspectiva metodológica en el estudio de la comunicación informal en la disciplina sociológica.

Itinerario

El primer capítulo se propone dar a conocer las características socio-profesionales de un grupo de usuarios de raigambre sociológica (n=280) con participación en la plataforma Twitter. Del conjunto de usuarios se presentarán datos tales como el grado académico, la adscripción institucional y la posición que estos ocupan en la jerarquía académica, así como los datos resultantes de la actividad de los mismos en la red digital. Es pertinente adelantar que la evidencia observada en el flujo de información del universo exploratorio en cuestión, advierte un capital de conocimiento especializado propio de la disciplina sociológica —con diversos matices según la formación profesional e intereses (campo de investigación) que persiguen los participantes—, sólo reconocido y valorado por los entendidos. Por lo anterior, es que se

considera justificado tratar a esta pequeña fracción de la red digital como un canal de comunicación especializada informal, un *colegio invisible* (paradójicamente en un medio de potencial alcance mundial empleado para alcanzar una mayor visibilidad de lo que se comunica) en donde se movilizan y se exponen recursos académicos y sociales.

En el segundo capítulo se recurrirá al enfoque del Análisis de redes sociales (en inglés, Social Network Analysis) a fin de detectar el *trasfondo* de los patrones de vinculación o conexión entre los sociólogos (vinculación entre grupos, jerarquías, actores centrales y marginales) al interior de la red digital, hallazgo difícil de lograr con el análisis tradicional de datos en modo tabular. Al registrarse el vínculo digital entre los representantes de la sociología en un espacio de naturaleza reticular (la regla del juego dicta suscribirse a la cuenta de otro usuario, es decir, establecer un vínculo) es que conviene asimismo hacer uso de este recurso analítico en conjugación con los atributos o características sociales de los usuarios expuestos en la primera parte de este trabajo.

Aunque se constata que los perfiles de académicos del campo de la sociología tienen características relativamente homogéneas, es oportuno adelantar que una observación específica a ocho usuarios permitió entrever que las distancias en el contexto académico, de abolengo, se traducen en distancias sociales: todos son sociólogos, pero sólo unos cuantos tienen un puesto de *Professor* en universidades de élite; todos comparten la actividad intelectual como fuerza de trabajo, pero sola una minoría publica en las revistas de mayor prestigio en ciencias sociales con el consecuente reconocimiento de la comunidad científica. La diferencia de estatus académico obligó a cuestionar si el establecimiento de vínculos se encuentra relacionado con el grado de homofilia entre los integrantes de la red. ¿Acaso se vinculan unos con otros porque tienen características similares y no por el potencial vínculo que se forma al compartir una profesión y un espacio digital?

El asunto de los vínculos entre sociólogos al interior de la plataforma Twitter encamina a desenmascarar las conexiones digitales (suscripciones) entre los profesionales de la sociología; no basta revestirlas con los datos socio-demográficos que fundamentan su fisonomía académica. Por contrario, es una cuestión angular dar un paso en el análisis y distinguir en sucesivos niveles cuál es la *naturaleza* del vínculo entre usuarios, el lazo que trasciende el encuentro informal: la

suscripción recíproca en Twitter, la adscripción institucional, la posición académica, los temas de investigación en común, la colaboración, la publicación de artículos a cuatro manos. Tal escala de ponderación de la naturaleza de los vínculos se definirá en términos de la intensidad (fuerza o debilidad) de los lazos profesionales. La teoría de la fuerza de los vínculos débiles de Mark Granovetter es el artificio teórico que se aplica para cumplir con este objetivo.

Luego de dilucidar la naturaleza de las vinculaciones en la plataforma digital, el tercer capítulo analiza el contenido que circula en la red de dos sociólogas y un sociólogo, la materia prima acotada en unidades de 140 caracteres que fluye en el mercado informacional de la plataforma. La lectura de los micromensajes aporta elementos en el esclarecimiento de las siguientes interrogantes: ¿Qué es lo que encuentran —o no encuentran— los profesionales de la sociología con relación a los medios y recursos oficiales que provee o carece la institución de pertenencia? A diferencia del uso por *default* del correo electrónico en la comunicación académica, coordinada de contacto intrínseco al ADN del académico, el uso de la plataforma Twitter u otra vitrina de comunicación informal donde se expone la actividad profesional, resulta de naturaleza volitiva, no lo exige la institución, por lo que es significativo conocer la utilización, estable a través un periodo de tiempo, de una instancia comunicativa entre profesionistas de un campo disciplinario. El principal criterio de elección de análisis de contenido, los tres usuarios candidatos al escudriñamiento, recayó en los hallazgos de la lectura final del análisis de redes (v.g. los usuarios centrales, las posiciones de importancia estructural que ocupan los usuarios en la red digital) así como en los criterios de posición y edad académicos.

La parte final de la investigación pone sobre la mesa de discusión una interrogante, apenas una aproximación, sobre la influencia de la tecnología en la práctica sociológica como instrumento auxiliar en la producción de conocimiento. Una cuestión obvia, y por lo mismo, diría Granovetter, de vital importancia para el análisis sociológico.

I. LOS PROFESIONALES DE LA SOCIOLOGÍA EN LA PLATAFORMA DIGITAL TWITTER

Encontrar el *espécimen sociológico* en un espacio digital consolidado y que se caracteriza por el constante flujo de información proveniente de una multiplicidad de expresiones culturales y personajes de la vida pública —de las mensajes oficiales de Barack Obama (@BarackObama en Twitter) a los *tweets* de paz de Su Santidad Papa Francisco (@Pontifex)²— condujo a confeccionar una estrategia de rastreo y documentación con criterios específicos a fin de identificar un conjunto coherente y acotado de casos de sociólogos con participación en uno de los sitios de redes sociales clave de la cultura digital de este primer cuarto del siglo XXI. En esta plataforma digital, y en particular en el recorte que se hizo de la misma, los sociólogos conforman un conglomerado *sui generis*, es decir, un grupo de profesionales entrelazados con características relativamente homogéneas y que a su vez se encuentran vinculados con otros usuarios de la red global Twitter. Apenas una pequeña constelación dentro de la galaxia.

El objetivo de acotar la búsqueda a personas con características similares dentro de un campo disciplinario ha sido, en primera instancia, *visibilizar* una forma particular de ser académico, un estilo de comunicar (en ocasiones impulsivo) el quehacer sociológico, de crear y de mantener nexos entre pares al margen de los registros de los *media* de la comunicación científica oficial. Dicho de otra forma, el interés que se persigue consiste en dibujar la existencia de un *colegio invisible* entre representantes de la disciplina sociológica, es decir, un grupo o comunidad informal de especialistas que comparten temas en común donde no existe un cuadro institucional que los reuna o que los mantenga viculados entre sí (Miceli, Bruno, & Puhl, 2011). Este tipo de congregación académica se encuentra difusa y oculta en la plataforma Twitter; esta empresa de investigación se ha propuesto, como uno de sus objetivos, sacar a la luz.

En segundo lugar, reconstruir la estructura de una red *artificial* de la disciplina sociológica —manufacturada para fines de esta investigación— en un espacio “público” (Fuchs, 2004) sustentado bajo un modelo de negocio privado (Twitter Inc., mejor conocido como TWTR en el

² Según Twiplomacy 2014, un reporte que mide la presencia de jefes de estado y líderes mundiales, el tuitero oficial del Papa Francisco se considera como la cuenta con mayor influencia en el mundo. <http://bit.ly/1CcJG4w> [Consultado el 23 de noviembre de 2014]

mercado de valores), y el cual podría desaparecer ante la falta de rentabilidad económica (el panteón del capitalismo informacional abunda en ejemplos de esplendor efímero, acaso alguien recuerda hoy a los sistemas de mensajería instantánea como ICQ y Messenger), obliga a poner el acento en el proceso de comunicación informal y no en el medio o plataforma en sí mismo. Una característica de la arquitectura de Twitter como es la restricción de los mensajes a 140 caracteres fue una limitación técnica de la época y no un experimento social o una puesta en marcha para estimular la práctica escritural. Antes de la llegada de los teléfonos inteligentes (smartphones) y las aplicaciones (apps), el envío de mensajes de texto SMS (por sus siglas en inglés, Short Message Service, servicio de mensajes cortos) se limitaba a 160 caracteres. El espíritu textual de Twitter siguió tal principio al dosificar 140 caracteres para el mensaje y 20 restantes para el nombre de @usuario. A principios de enero de 2016, Jack Dorsey (cofundador) anunció la inminente desaparición del sello distintivo de la red digital, una estrategia que obedece, sin duda, a la pujante lucha por captar el mayor número de usuarios dentro del competitivo mercado de las plataformas digitales. No pasará mucho tiempo para que los tuiteros puedan publicar mensajes de más de 10 mil caracteres³ de extensión.

La importancia del medio digital para el análisis sociológico radica en el valor de los datos que se extraen de ésta, en el tipo particular de comunicación que se registra entre profesionales y el cual es accesible sin el dominio avanzado de conocimientos informáticos. El académico, inmerso en la dinámica de la competencia y la búsqueda de inspiración intelectual, tiende a apostar por la difusión de su quehacer en una amplia gama de medios; accede a diversas herramientas y recursos que podrían aportar ideas e innovación a su labor. La adopción de medios de comunicación informal en la práctica profesional es sólo un caso. A saber de una joven académica británica que se encuentra en una etapa temprana de la trayectoria académica profesional:

³ “Removing Twitter's 140-character limit is Jack Dorsey's biggest gamble yet”, *The Telegraph*, 7 de enero de 2016. [Consultado el 14 de enero de 2016]

“[I use] Twitter - useful to follow people doing similar work, connect at conferences, enables me to discover articles, resources, organisations, ongoing projects. I use Twitter to tell others about ongoing work or resources and to have conversations, throw ideas around etc. I find interesting presentations on SlideShare, gives me ideas about content and is a way to follow work of people in a variety of fields. I blog as part of my work on a WordPress platform – it is an official department blog where multiple team members contribute. I find blogging great for slightly longer pieces about projects or activities (which I can then tweet link to) and I also follow quite a few blogs to keep up to date with work in other institutions or work of individuals. I use a Facebook group with students to keep in touch, they respond quicker to questions posted there rather than direct email.”
(Lupton, 2014, págs. 10-11)

Finalmente, *reorientar los trazos digitales* a favor del conocimiento de la disciplina sociológica y de una fracción reducida de sus representantes en un medio digital permite situar a esta investigación en el ámbito de lo que Dominique Bouillier (2015) denomina las Ciencias Sociales y Humanas de tercera generación, un estadio del desarrollo disciplinar que saca provecho de la coyuntura técnica, de las plataformas digitales como dispositivos de colecta de datos y registro del comportamiento humano, de los grafos y los *timelines* (líneas de tiempo) como formatos semióticos. A pesar de la explosión masiva de datos que caracteriza a la era informática, la idea del progreso de la observación íntimamente relacionada con la disponibilidad de los datos no es nada nueva. Al término de la década de los años sesenta Raymond Boudon (1974) ya había augurado —a guisa de una visión futurista con un sutil margen de error de quince años, excusa— el progreso de la mirada sociológica y el cambio de semblante disciplinar como resultado de la evolución de las herramientas de observación y el acceso al registro de lo social: los sondeos, las encuestas y, en particular, los *bancos de datos* como una fuente de recuperación y manipulación de la contabilidad social.

Universo exploratorio y límite disciplinario

En términos estadísticos, la cuestión de la representatividad del universo de estudio que interesa analizar es un asunto difícil de medir al carecer de registros precisos sobre la participación de sociólogos en la red digital Twitter. Se trata de un medio *informal*, difuso e inestable, no constitutivo de la disciplina sociológica, donde la adhesión y la participación están determinadas por la elección personal —el usuario es quien organiza sus propias redes de comunicación digital, *autocomunicación de masas* es como lo denomina Manuel Castells (2010)— e, incluso, se condiciona al dominio o destreza de habilidades digitales. El uso de este tipo de espacios digitales en la vida académica muestra variaciones de un país a otro y de una disciplina a otra. En el caso de las personas vinculadas a la sociología, no son un grupo que se caracterice por su presencia activa en espacios de comunicación digital, como sí lo son históricamente los profesionales más cercanos al conocimiento tecnológico, informático y comunicativo (por ejemplo, ingenieros, computólogos, informáticos y periodistas).

Un ejercicio de rastreo en tres departamentos de sociología en las universidades de Harvard, Stanford y Princeton dio como resultado una clara desproporción, aunque no ausencia, de sociólogos registrados en la plantilla académica de las respectivas instituciones e inscritos asimismo a la plataforma Twitter. Apenas un número ínfimo registra una presencia en ese medio digital: en Harvard, de 22 sociólogos sólo 3 tienen una cuenta; en Stanford, apenas 5 de 45; y en Princeton, nada más 5 de 30. Este rastreo de usuarios, en el que se procedió de lo formal (plantilla académica oficial) a lo informal (red Twitter), y no a la inversa, de lo informal a lo formal, tal y como se recolectó en el conjunto final del universo exploratorio de esta investigación a partir de la cuenta intermediaria @bourdieu, esboza apenas una idea del número de profesionales de la sociología que probablemente podría tener presencia en el medio informal en cuestión. Llevar a cabo este ejercicio sólo con instituciones provenientes de universidades estadounidenses cumplió el objetivo de obedecer la tendencia geográfica donde recae la mayor parte del universo exploratorio con el que cuenta esta investigación. Este ejemplo, al mismo tiempo, tiende a señalar el perfil de sociólogo (el estadounidense) con mayor propensión al uso de tecnologías digitales en la vida profesional, tal y como confirma la base de datos. Por lo anterior, esta investigación debe considerarse como un estudio fundamentado en un *universo exploratorio* y no en una muestra

representativa de la población de personas vinculadas a la sociología. Debe añadirse también que al emplear un intermediario (la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter) como principal repositorio en la captación de usuarios, este universo *no es aleatorio* sino que invoca las características de un perfil profesional atraído por Pierre Bourdieu y clase de contenido que se publica desde esa cuenta. Más abajo en el apartado “¿Todos son bourdieuanos?” dedicaremos una reflexión de mayor amplitud.

Registrar la identidad y la participación *stricto sensu* de los profesionales de la sociología sin considerar las vinculaciones directa o potencial con académicos (y no académicos) de otras disciplinas afines al estudio de fenómenos sociales (por ejemplo, la antropología y la historia), constituye, en primera instancia, una acotación que busca ser coherente con el objetivo de conocer las formas de comunicación informal y la vinculación entre determinados representantes de la disciplina sociológica en un entorno digital que no está tan alejado, como se observará más adelante, de la configuración de contactos que los sociólogos tienen en los espacios de vinculación oficial. Por otro lado, es necesario advertir que al pasar por alto la potencial vinculación interdisciplinaria que guardan los sociólogos con otros profesionales dentro del mismo espacio reticular, se deja abierta una brecha de alcance explicativo que escapa a las fronteras cognoscitivas de esta investigación.

@bourdieu: **el eslabón que une a la cadena. El origen de los datos**

La obtención de datos se dividió en dos etapas: el registro de usuarios y el registro de atributos. En primer lugar, se partió con el registro de usuarios captados a través de la puesta en escena de la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter (@bourdieu <http://bit.ly/memsoc>) cuyo origen se remonta a junio de 2007⁴. Desde ese intermediario, un eslabón que une la cadena, cada usuario se clasificó en una lista particular de miembros, esto es, de personas relacionadas con la sociología (académicos y estudiantes). A la par, se realizó un rastreo manual de usuarios –sociólogos– mediante la herramienta de búsqueda consultando las variaciones de los términos sociología/sociólogo en los idiomas inglés, francés, alemán, y castellano, evidentemente.

⁴ Ver el anexo Pierre @bourdieu.

También se captaron numerosos registros de usuarios vía el sistema de recomendación algorítmica con el que dispone esta red digital⁵. Este sistema autónomo y reprogramable sugiere la adhesión a la red de otros usuarios con intereses similares con base en el contenido y la interconectividad entre miembros y cuyo principio de homología se sintetiza en la frase “los amigos de mis amigos podrían ser tus amigos”.

Por otro lado, cabe señalar que durante el proceso de búsqueda y registro de usuarios no se establecieron criterios que se enfocaran en determinadas áreas geográficas o que privilegiaran un idioma o una institución académica en particular. El criterio clave que guió la pesquisa fue la relación que guardan los usuarios con la sociología a un nivel profesional, características objetivables a través de la detentación del grado de estudios y la adscripción institucional.

La segunda fase consistió en la búsqueda de atributos o características profesionales que portan los usuarios. Si bien la herramienta de exportación de datos⁶ que se utilizó recopila de forma automática la información concerniente al usuario y su red personal en Twitter, gran parte de los registros arrojaron datos inocuos y poco relevantes para el perfil de usuario que interesa analizar. Completar el perfil de usuario llevó a converger con otros espacios digitales que dieran solidez y sentido a los datos recopilados con anterioridad.

⁵ Dominique Cardon (2013b) ha estudiado con detenimiento las implicaciones de los algoritmos de Google (PageRank) y de Facebook (EdgeRank) como dos concepciones distintas de calcular la reputación en Internet. La repercusión *política* de estas máquinas de cálculo no es menor y tampoco reciente. A mediados de la década de los años ochenta el movimiento del software libre con Richard Stallman a la cabeza ya relacionaba el código informático con una concepción moral del mundo. En la actualidad los algoritmos deciden, a través de diversos criterios, cómo clasificar y presentar la información, qué resultados de búsqueda son los relevantes o qué peculiaridades de la vida íntima deben mostrarse en el *News Feed* de las páginas personales en Facebook.

⁶ La base de datos del universo exploratorio fue extraída (4 de abril de 2015) con NodeXL (Network Overview, Discovery and Exploration in Excel) <http://nodexl.codeplex.com/>, un software de análisis de redes digitales que establece conexión directa con la API (por sus siglas en inglés, Application Programming Interface, Interfaz de programación de aplicaciones) de Twitter. El archivo final del proceso de exportación contiene datos y metadatos concernientes a los atributos generales de cada usuario (ficha descriptiva de usuario, número de *tweets*, país, sitio web, fecha de unión a Twitter, número de personas suscritas a su red [*followers*] y número de personas a quien sigue [*followed*]). Por otro lado, genera un archivo (.net, .graphml, .txt) con las vinculaciones entre los usuarios en la plataforma Twitter, esto es, si una persona es parte de la red de otra y viceversa, lo cual el mismo NodeXL visualiza mediante un grafo (nodos [usuarios] conectados a otros nodos por líneas o aristas). Este último es el dato *relacional* que se empleará como punto de partida en el siguiente capítulo.

La identidad e información que presentan los usuarios en sitios de redes digitales como Twitter o Facebook es en ocasiones laxa, incierta, e incluso falsa⁷, lo que conduce a sembrar una incertidumbre acerca de la veracidad de la información que se expone. “*On the Internet, nobody*



Ilustración 3. “On the Internet, nobody knows you’re a dog”. Peter Steiner. *The New Yorker*, 5 de julio de 1993.

knows you’re a dog”, versa una célebre viñeta de Peter Steiner en *The New Yorker* donde, a modo caricaturesco, ésta ilustra a un par de perros, uno frente a un ordenador diciéndole a otro sentado sobre el piso sobre lo fácil que resulta pasar por un impostor en internet. Para librar el obstáculo de la identidad ficticia, se consultaron otro tipo de fuentes *públicas* (oficiales e informales) partiendo del registro previo de sociólogos que proporcionó el rastreo en la red Twitter, lo que permitió verificar y completar el perfil del profesional de la sociología que interesa a los fines de esta investigación.

En primer lugar, se rastreó la ficha descriptiva del equipo o *staff* que publican los departamentos académicos donde se encuentran adscriptas las personas vinculadas a la sociología. De ahí se extrajeron datos tales como el grado académico y año de obtención del doctorado, la posición o cargo que ocupa, el nombre de la institución académica a la que pertenece (universidad y departamento), los temas de investigación en los que se encuentra trabajando, la frecuencia de publicaciones y la trayectoria de formación. Asimismo se consultaron sitios de redes sociales dedicados a la promoción de la actividad académica y profesional como son *Academia.edu* y *LinkedIn*, ambos de uso extendido por usuarios involucrados con la academia. Para el caso de los

⁷ La apertura de una cuenta falsa de Jürgen Habermas en Twitter (@JHabermas) a finales de 2009 es un caso ejemplar de la apropiación de una identidad falsa. Apenas con 32 tweets, la cuenta ya había reunido poco más de 6 mil seguidores. Ante la euforia que suscitó la presencia de Habermas en un medio como Twitter, Jonathan Stray, un bloguero freelance, contactó personalmente al filósofo alemán en Sternburg. En una llamada telefónica Habermas afirmó: “No, no, no. This is somebody else. This is a mis-use of my name”. Además añadiría: “...my email address is not publicly available”. Al final, el autor de la cuenta falsa pidió disculpas, quien confesaría que al publicar los tweets no pudo evitar hablar en primera. (*La nación*, 2 de febrero de 2010 <http://bit.ly/1qREAXG>; Blog personal de Jonathan Stray, 1 de febrero de 2010 <http://bit.ly/1STXhJO>)

sociólogos franceses se consultó *theses.fr*, una base de datos con información sobre las tesis doctorales sostenidas en Francia. En suma, se transitó de un medio informal a otro formal y viceversa.

El interés por la promoción del quehacer profesional en aras del prestigio, la difusión del conocimiento, y la búsqueda de oportunidades personales, *dar a conocer dándose a conocer*, ha conducido a una importante cantidad de personas vinculadas a la sociología a poner en marcha e invertir tiempo y dinero en sitios web personales en los que se observa, en algunos casos, un empeñado esfuerzo por transmitir una imagen *quasi* mercadotécnica de la profesión académica. Estos espacios representaron valiosas referencias al contribuir con información precisa sobre la identidad profesional, sumándose así a la serie de *fuentes de primera mano* que proporcionaron datos sobre la trayectoria y el status académicos de los sociólogos.

Durante la pesquisa se lograron registrar y almacenar en formato PDF un total de **213 *curriculum vitae***, gran parte de ellos puestos a disposición en la sección que corresponde a la plantilla oficial de académicos que publican los departamentos y las universidades a las que se encuentran adscriptos los sociólogos. Otros tantos fueron rastreados en los sitios web personales y en las redes digitales *LinkedIn* y *Academia.edu*. Este tipo de documento oficial de presentación del académico (García Salord, 2010) con un particular formato y una presencia extendida en la cultura académica estadounidense, y que da fe del nombre propio como registro oficial —nombre como “*testimonio visible de la identidad*” (Bourdieu, 2011, pág. 125)—, constituye la evidencia que ha permitido a esta investigación autenticar la identidad profesional de la mayoría de los sociólogos del universo exploratorio con el que se cuenta.

Qué revelan los datos

El perfil del profesional de la sociología, elegido con deliberación, se caracteriza en primer lugar por una alta formación académica: estudios de doctorado, concluidos o en curso de obtención del grado. Con tal ponderación, se descartó a una importante cantidad de perfiles de sociólogos registrados al principio de la recolección de datos que contaban con estudios de licenciatura y de maestría. Al final se descartaron a 120 perfiles de usuario con grado de estudios menor al de

doctorado. El objetivo de esta selección fue localizar a personas que dedican su vida profesional, en sentido estricto, a la práctica sociológica. Cernir una red digital de millones de usuarios permitió identificar con precisión a un núcleo particular de personas que hacen funcionar el engranaje de la sociología como disciplina desde una posición específica en alguna institución; en otras palabras, se logró aislar a un grupo de profesionistas de la disciplina sociológica que cuentan con el mayor grado académico que otorga la institución y que se encuentran inmersos en la dinámica de la producción del saber sociológico y el cumplimiento del deber académico.

Al tomar como punto en común el *grado de estudios*, el resultado ha sido un conjunto de personas que se especializan en una variedad de campos de estudio de la sociología (educación, religión, estudios de género, etcétera) y que ocupan determinados cargos académicos en instituciones académicas distribuidas alrededor del mundo. En resumidas cuentas, el universo exploratorio se redujo a un conjunto acotado de **280 casos**.

¿Todos son bourdieuanos?

En líneas anteriores se señaló que el registro de usuarios en esta investigación tuvo como eslabón principal la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter. Además de los usuarios que se suscribieron a ésta por efecto del reconocimiento universal con el que cuenta el sociólogo francés (vale considerar a los bourdivinos y a los antibourdieu), la recopilación de usuarios a través del rastreo manual y la captación de usuarios vía el sistema de recomendación algorítmica, fueron los recursos adicionales que ampliaron el grueso del universo exploratorio. En este sentido, cabe cuestionar si esta forma de proceder sesgó el registro y dio como resultado a un conjunto de usuarios con una íntima, tal vez ciega, afinidad a la teoría sociológica de Pierre Bourdieu. ¿Acaso el universo exploratorio de esta investigación sólo está circunscrito a los bourdianos de hueso colorado? La respuesta es negativa. Si bien uno de los criterios de contenido al publicar información en @bourdieu han sido recursos electrónicos directamente relacionados con la obra del sociólogo francés, de igual forma se ha primado la publicación de enlaces electrónicos de diversa temática vinculada a las ciencias sociales en general cuidando en todo momento de no publicar en primera persona. No cabe duda que al presentar una cuenta en Twitter con la fotografía del sociólogo francés y publicar mensajes acerca de su obra, se genera una expectativa a los usuarios, una que

se encuentra fuertemente ligada a sus preferencias teóricas y, cabría decir, hasta emocionales. Sin embargo, la curaduría de contenido multitemática permitió registrar una pluralidad de usuarios provenientes, incluso, de otras disciplinas. La figura de Pierre Bourdieu *per se* impulsó a esta cuenta, pero no es determinante por sí misma, esto puede constatarse al observar las múltiples cuentas que promocionan la efigie de los Bourdieu en Twitter, la de los Weber, la de los Durkheim, la de los Foucault; ninguna con una repercusión destacable a largo plazo en el número de suscriptores o seguidores.

Lejos de preguntarse si son bourdieuanos o no, como afirma Bernard Lahire en una entrevista en France Culture cuando a éste se le encasilla como el más joven de los bourdieusianos⁸, estos deben considerarse como sociólogos y sociólogas que pertenecen a un campo de investigación (el de la sociología de la educación y la sociología de la cultura, por ejemplo) que utilizan los aportes del sociólogo francés como una herramienta teórica en sus respectivos objetos de investigación.

Aristocracia académica. Los *Philosophiae doctor* de la sociología

Antes de desglosar los datos en este apartado, resulta conveniente señalar una primera y esencial división de rango académico en el conglomerado del universo exploratorio. Ésta se observa entre quienes poseen un grado de doctor y quienes aún no lo tienen, un importante atributo en la escala de la jerarquía académica que condiciona las oportunidades de ascenso por la obtención de la definitividad en la institución. Así, se tiene que el 73.93% de los profesionales de la sociología cuentan con un doctorado, mientras que el 26.07% se encuentra en proceso de su obtención.

Ahora bien, de forma más específica se advierte que el 70.4% de los sociólogos con presencia en la red digital Twitter (197 de los casos), registrados a partir de la cuenta @bourdieu, tienen estudios de doctorado concluidos y ocupan una posición o puesto en una institución académica; el 14.3% son candidatos al grado de *philosophiae doctor*; el 11.8% todavía son estudiantes,

⁸ Laura Adler. *Hors-champs* (France Culture). “Pierre Bourdieu, décrypteur du réel (5/5). Bernard Lahire”, 20 de enero de 2012 <http://bit.ly/1SW52pA>

mientras que el 3.6% del conjunto de profesionales se encuentra realizando una estancia de investigación postdoctoral⁹.

En general, este grupo de personas constituye una suerte de élite académica, la fracción dominante de una disciplina con presencia pública en la red digital Twitter¹⁰ y otros espacios de exposición en internet, profesionales de la sociología altamente cualificados y certificados, y que en el caso de los iniciados (pre-doctores y post-doctores), se perfilan a obtener

un puesto fijo (*tenure*, en inglés) de trabajo en alguna institución académica. Estos últimos son los sociólogos que se hallan en la lucha por la sobrevivencia y la inserción profesionales, la fracción dominada de la fracción dominante, si se permite el empleo de la fórmula bourdieusiana.

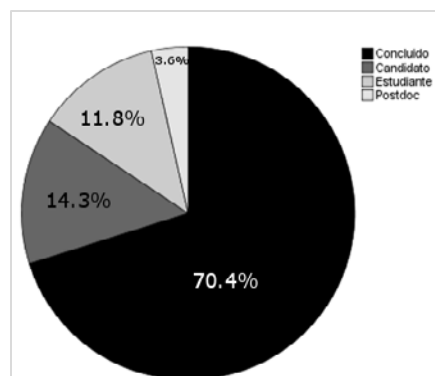


Gráfico 1. Estatus de los sociólogos con respecto al grado de doctor

Mujeres y sociología. Distribución de usuarios según sexo

En lo que respecta a la cuestión de género, los datos indican que 164 de los usuarios registrados en la red digital son mujeres (58.57%), mientras que 116 (41.43%) de los casos del registro exploratorio se constituyen por personas del género masculino.

⁹ El conjunto de postdoctorantes se consideró fuera del grupo de los usuarios con doctorado concluido a fin de diferenciarlos de quienes tienen un contrato (temporal o indefinido) con una institución académica. En este caso interesa señalar la situación, en términos de adscripción institucional, que estos guardan con la institución.

¹⁰ Los resultados de una encuesta realizada por *Pew Internet* sobre el uso de sitios de redes digitales en Estados Unidos de América muestra que las personas con estudios de educación superior tienen preferencia por el uso de la red Twitter, lo que denota una relación entre un alto grado de estudios y el uso de una tecnología digital específica. Ver *Social Media Update 2014*, <http://pewrsr.ch/1lhgyZS> [Consultado el 5 de junio de 2015]. Por otra parte, una investigación (Lupton, 2014) sobre las prácticas de los académicos en sitios de redes digitales señala que alrededor del 50% de los encuestados –en su mayoría académicos y estudiantes de posgrado de universidades en Australia, Nueva Zelanda y el Reino Unido– pertenecen al área de las ciencias sociales y tienen preferencia por el uso de la red digital Twitter por encima de otros espacios digitales típicamente empleados para el encuentro profesional (LinkedIn, Academia.edu, Researchgate, e incluso Facebook). En suma, se observa una importante relación entre el tipo específico de profesional de la ciencia social (sociólogo) al que interesa prestar atención y el espacio digital que acompaña su quehacer profesional.

Resulta significativo mencionar que esta tendencia de género empata con los resultados de una encuesta publicada por el Pew Research Center sobre el uso de sitios de redes sociales (*Social Media Update 2013*) en Estados Unidos de América. El reporte sostiene que del total de usuarios adultos de internet encuestados (n=1445, hombres=734; mujeres=711), el 18% (260.1 personas) manifestó ser usuario de la red Twitter. De esa proporción, el 18% (46.8 usuarias) corresponde a mujeres, mientras que el 17% (44.2 usuarios) a hombres. Para 2014, la versión actualizada del

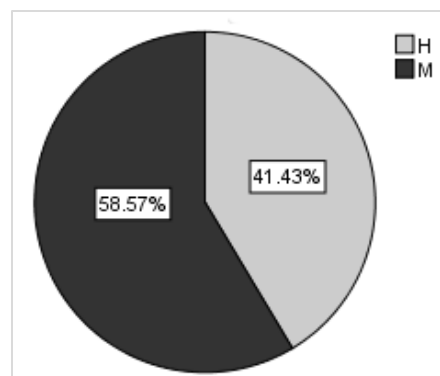


Gráfico 2. Distribución de los profesionales de la sociología por sexo

mismo reporte mostró un giro en la tendencia de género: el número de usuarios de internet que utilizan Twitter ascendió cinco puntos porcentuales (de 18% a 23%), en donde 24% de los *tuiteros* son hombres y 21% mujeres.

Por otra parte, la población internacional de un estudio llevado a cabo por la socióloga Deborah Lupton (2014) sobre el uso de sitios de redes sociales en la práctica académica, también reveló una vertiente que se inclina por una mayor participación femenina: de un grupo de 711 académicos que al momento del estudio manifestó utilizar la red digital Twitter en su quehacer profesional —la mayoría relacionada con las ciencias sociales y con presencia sobre todo en Reino Unido, Australia/ Nueva Zelanda, y Estados Unidos de América—, el 67% de las personas que respondieron la encuesta fueron mujeres.

Nacirema Tsigoloicos*. Sociology speaks English

El grado de estudios de los sociólogos, como *criterio principal de selección* al momento de recabar los datos, ha tenido un efecto directo en la distribución geográfica donde estos se sitúan para realizar sus actividades profesionales. Debido a que no se eligió el perfil de los profesionales de la sociología bajo criterios institucional, espacial o lingüístico, la distribución geográfica tomó la universalidad de los usuarios suscritos a la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter.

Cabe recordar que el inglés, además del castellano y el francés, es uno de los idiomas principales —la *lingua franca*— en los que se publican los micromensajes desde dicha cuenta. De tal suerte que el grado doctoral como primer criterio de filtración permitió respetar la universalidad de los usuarios provocada por el efecto de @bourdieu y, sobre todo, los contenidos que se publican desde la misma.

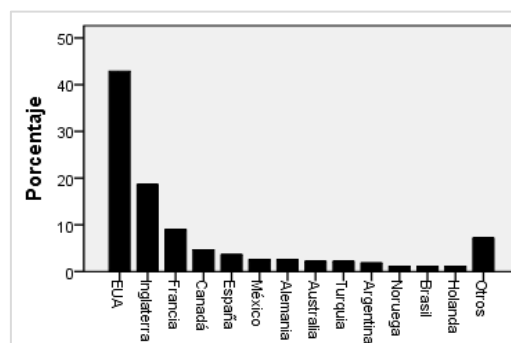


Gráfico 3. Porcentaje de países donde desempeñan actividades los profesionales de la sociología

Lo anterior se observa en la amplia serie de países en los que radican —27 países— y también en la diversidad lingüística que se registra en el uso de 15 idiomas distintos. Primero, se tiene que el 42.9% de los usuarios se encuentra adscrito a una institución académica en Estados Unidos de América, seguido de Inglaterra (18.6%), Francia (8.9%) y Canadá (4.6%), sólo por mencionar los países con mayor representación en el conjunto de datos.

* Nacirema Tsigoloicos = American Sociologist (al revés). Parte del título de un manuscrito editado por Robert A. Jones (Myth and Symbol among the Nacirema Tsigoloicos: A Fragment, 1980) donde el autor (desconocido, probable miembro de la escuela durkheimiana y que por el estilo de la prosa, se sospecha, podría atribuirse al “maestro mismo”) satiriza sobre los rituales y las prácticas de la tribu de tsigoloicos (sociologist). El rótulo de este apartado fue inspirado tras la lectura del libro de Tony Becher *Tribus y Territorios académicos* (1989).

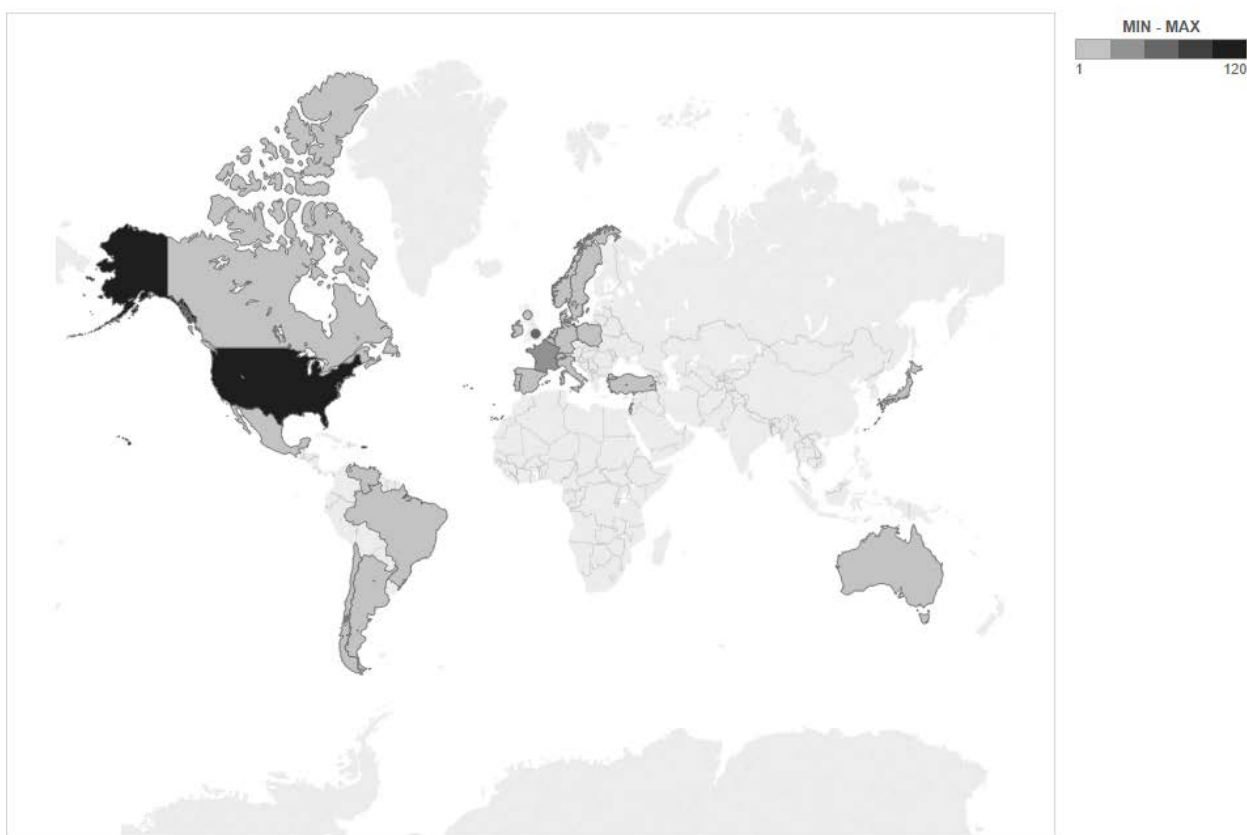


Figura 1. Distribución geográfica por país del universo exploratorio de los profesionales de la sociología en la red digital Twitter. Elaboración propia con Tableau Software.

Visto desde la perspectiva lingüística, al sumar la representación de usuarios vinculados a instituciones de habla inglesa, se observa que 7 de cada 10 sociólogos (73.2%) son angloparlantes; dicho con mayor precisión, son sociólogos que emplean el inglés como *lengua predominante*¹¹ en su actividad profesional; después le siguen las lenguas francesa y castellana, ambos con 8.2% de los casos.

¹¹ Por uso de una lengua predominante nos referimos a su empleo primario en actividades como son la docencia y la investigación, actividades convenidas por la adscripción a una institución académica. Resulta evidente que el uso lingüístico oficial se encuentra determinado por el país de residencia y que gran parte de los sociólogos con un grado doctoral integra recursos académicos provenientes de la lengua inglesa en sus labores de investigación; además de que entre sus competencias lingüísticas se hallan el dominio de una, dos, o más lenguas distintas de su idioma nativo. Así pues debe considerarse el idioma predominante por su relación con la institución de pertenencia y no por el origen de la lengua materna o el dominio de una competencia lingüística.

Es evidente que el predominio de instituciones académicas situadas en regiones anglófonas tiene una influencia directa en el perfil lingüístico de los usuarios. No obstante, conviene poner atención en el uso de una lengua en términos de la influencia global como intermediario, *lingua franca*, en el acceso a productos culturales y no en términos aritméticos, de mera contabilidad (Ronen, Gonçalves, Hu, Vespignani, Pinker, & Hidalgo, 2014). El mandarín,

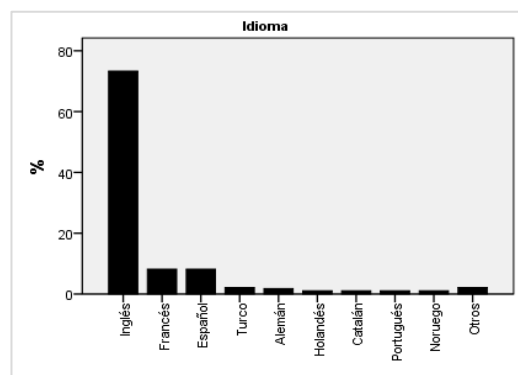


Gráfico 4. Frecuencia de idioma en la actividad profesional de los sociólogos

con respecto al inglés, cuenta con un número superior de hablantes, pero su influencia en la producción de literatura científica o como puente lingüístico entre una cultura y otra, es ínfima. Aunque el registro de usuarios angloparlantes con el que se cuenta no representa ni la totalidad del conjunto de usuarios, ni mucho menos una proporción mayoritaria de los sociólogos que existen en el mundo, es significativo encontrar a la lengua inglesa como idioma dominante en la producción sociológica de los usuarios captados en el universo exploratorio. Cabe añadir que no es una sorpresa que revistas de sociología como *American Sociological Review* o *American Journal of Sociology* son publicaciones que gozan de gran prestigio, de mayor impacto según la terminología bibliométrica, en el gremio de sociólogos a nivel mundial.

La internacionalización de la sociología. Principales centros académicos

La afiliación académica o la institución a la que los profesionales de la sociología se encuentran adscriptos, ya sea en el plano estudiantil o a través de un puesto fijo o temporal de trabajo, sugiere hablar de una diversidad de centros académicos, de una internacionalización de la sociología, donde se desarrolla la disciplina sociológica: los datos con los que se dispone contabilizan un total de **209 instituciones** distribuidas en regiones específicas. El registro da cuenta de las universidades más grandes y prestigiosas, hasta los centros de investigación más modestos. En primer lugar, la London School of Economics and Political Science (LSE), junto con la Universidad de Londres (Goldsmith), son las instituciones que tienen mayor representatividad en el universo exploratorio con 2.1% en ambos casos. Las dos instituciones

inglesas cuentan con un Departamento de Sociología que abriga, respectivamente, a todos los miembros de los usuarios que se registran (a excepción de un miembro de la LSE que ocupa un cargo directivo). Luego sigue la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), con el Instituto de Investigaciones Sociales, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, como ramas institucionales donde realizan labores el 1.8% de los sociólogos del universo exploratorio. Finalmente, la Universidad de Warwick (Coventry, Inglaterra), también con 1.8% de los registros, reparte a 5 miembros en dos divisiones: el Department of Sociology y el Institute for Employment Research.

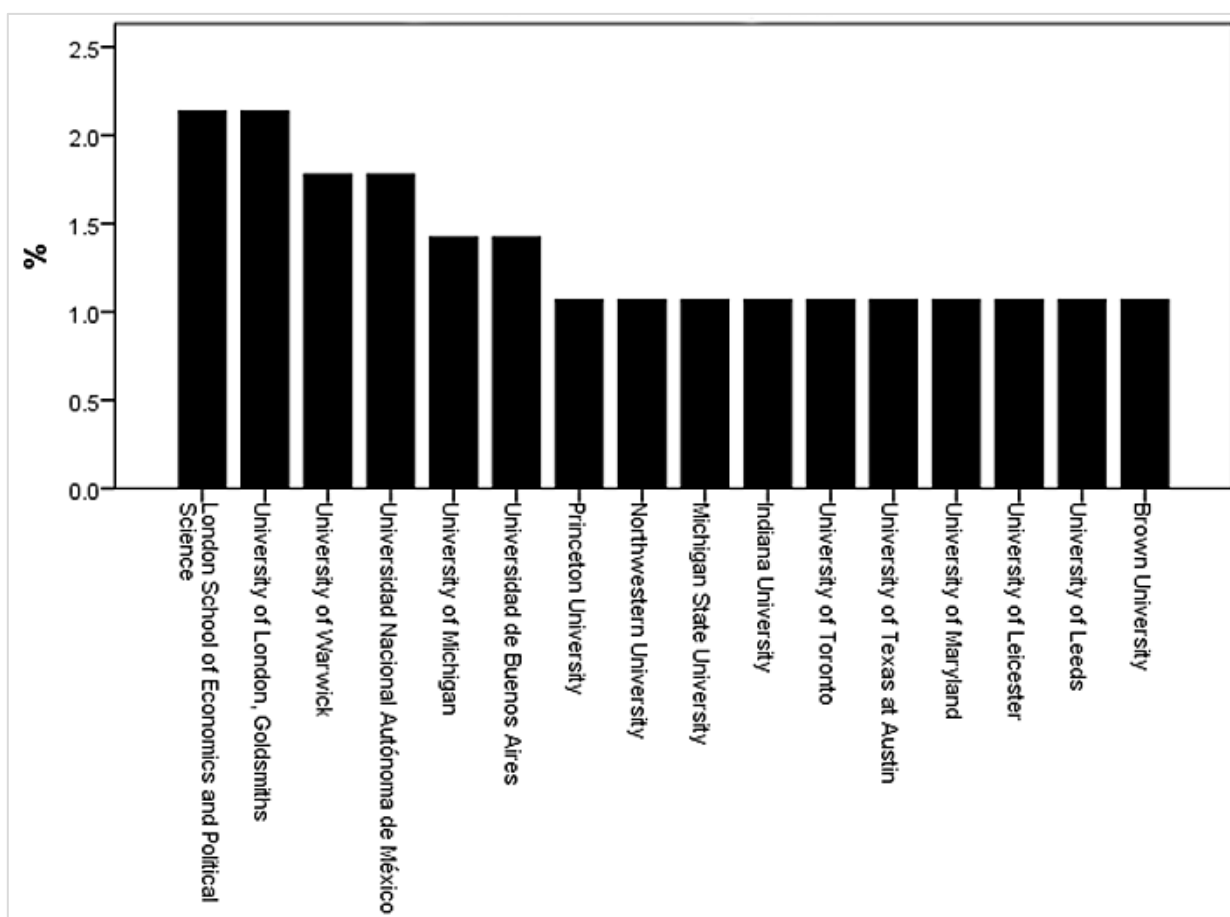


Gráfico 5. Distribución de las principales instituciones académicas en las que se encuentran adscriptos los profesionistas de la sociología con presencia en la red digital Twitter.

Visto desde una perspectiva institucional, la London School of Economics and Political Science (LSE) junto con la Universidad de Londres (Goldsmith) concentran en su seno a la mayoría de los sociólogos registrados en la red digital Twitter; sin embargo, al desglosar los datos por región geográfica, se observa, como ya se sugirió antes, la preponderante presencia de profesionales de la sociología dispersos en territorio estadounidense: ya sea bajo el estatuto de estudiantes, candidatos, postdoctorantes, o con un puesto fijo o temporal de trabajo, los sociólogos asentados en Estados Unidos de América contabilizan en conjunto el 42.7% del total del universo exploratorio. Este dato da una perspectiva distinta de la que se observa cuando se consideran los datos de forma centralizada por institución. Asimismo amerita subrayar que en Estados Unidos de América, a pesar de que reúne la mayor cantidad de sociólogos con los que se tiene registro, no existe una universidad o un instituto académico que concentre una mayoría significativa. El territorio estadounidense cuenta con **91 instituciones** donde los usuarios de la red digital Twitter practican la sociología, cuyo caso más recurrente es la Universidad de Michigan, la cual acoge al Departamento de Sociología y al Institute for Social Research.

Cabe considerar la proporción mayoritaria de profesionales de la sociología en Estados Unidos de América con presencia en la plataforma digital como un síntoma de la tecnologización de la disciplina. Una asociación, no menor, como la American Sociological Association (ASA por sus siglas en inglés) ha sabido adaptarse a las nuevas reglas del juego. Durante el proceso de renovación de la membresía (ASA membership), tal y como relata Tina Fetner (@fetner) en su blog¹², la ASA comenzó a solicitar a sus miembros las credenciales de los sitios de redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn) y weblogs en la que los afiliados podrían tener presencia. Con esta información ASA entablaría comunicación directa con sus miembros, mencionaría de forma directa el nombre de sus afiliados en Twitter (@nombre_de_usuario) o difundiría redes de blogs de sociología de interés general. Con todo, el uso de medios informales en la comunicación académica continúa siendo facultativo, la obligatoriedad de su uso en la institución, el tránsito de lo informal a lo formal, implicaría la creación de plataformas digitales y de estándares que perduraran en el tiempo. Recordemos que la mayoría de los servicios en la web son pasajeros: lo

¹² Tina Fetner, “ASA renewal. Now with social media” <https://scatter.wordpress.com/2014/10/17/asa-renewal-now-with-social-media/> [Consultado el 01 de junio de 2015]

que hoy es, mañana desaparece. Una excepción ejemplar como el correo electrónico representa un caso en el que un medio de comunicación alternativo fue adoptado paulatinamente como una coordenada de contacto de uso obligado en la academia.

Ciudades

En lo que concierne al registro de las ciudades donde se ubican las instituciones de adscripción, éste permite entrever la concentración de sociólogos en las principales urbes del mundo. Londres se sitúa como la ciudad más recurrente con 7.9% de los casos, le siguen París (4.6%) y la Ciudad de México (2.5%)¹³. Después la ciudad de Coventry en Inglaterra con 5 casos (1.8%); y las ciudades de Nueva York (1.8%) y Toronto (1.8%) en Norteamérica, sólo por mencionar los registros con mayor frecuencia.

Respecto a la distribución general de ciudades por país, los datos del universo exploratorio recopilados a través de la cuenta de @bourdieu muestran que en Estados Unidos de América se localizan sociólogos con presencia en la red digital Twitter repartidos en 82 ciudades, siendo Nueva York el estado que reúne el mayor número ciudades. Inglaterra computa 20 ciudades, mientras que Francia registra 11 de los casos. La República Mexicana representa un caso singular en la distribución de ciudades, puesto que la Ciudad de México es la única entidad donde se registraron sociólogos en Twitter con grado de doctor o en vías de su obtención¹⁴.

Afiliación académica

La posición o cargo académico que ocupan los profesionales de la sociología, presenta una composición bastante heterogénea con respecto a los rangos académicos. Por consiguiente,

¹³ Cabe precisar la probabilidad de que una parte de los sociólogos en Twitter, residentes en la Ciudad de México, se haya suscrito a la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter en razón de la localización geográfica. El perfil público de @bourdieu muestra la Ciudad de México como el lugar donde se localiza la persona que anima la cuenta.

¹⁴ Según cifras del Atlas de la Ciencia Mexicana (edición 2014) se estima que más de 1,500 investigadores con doctorado en el área de ciencias sociales laboran en el Distrito Federal. Después le siguen, dramáticamente y en conjunto, las entidades de Baja California, Jalisco, México, Michoacán, Nuevo León, Puebla y Veracruz, donde se concentran entre 100 y 300 investigadores.

resulta apropiado comenzar con una descripción general y sustantiva entre quienes tienen un puesto fijo de trabajo (contratados por un tiempo indeterminado) y quienes se encuentran laborando de forma temporal.

Los datos revelan que 57.6% de los profesionales del universo exploratorio (114 casos) tienen un puesto de trabajo fijo (*tenure*), son los *insiders*, en una institución académica. Por otra parte, se muestra que el 42.4% restante (84 casos) está fuera de la plantilla permanente de académicos,¹⁵ los *outsiders*, o se encuentran en una posición temporal o de prueba (*on-track*) para alcanzar un puesto permanente.¹⁶

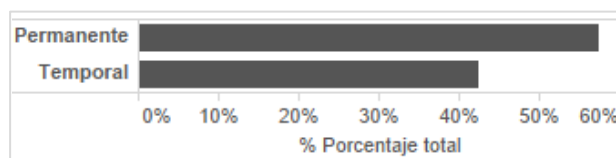


Gráfico 6. Porcentaje de sociólogos con puestos fijos y temporales en la academia (n=198). No incluye a quienes todavía no consiguen el grado de doctor.

La posición o cargo que ocupan los sociólogos dentro de la institución a la que están afiliados es un indicador sobre la clase de actividades que estos realizan y la situación laboral en la que se encuentran. En el conjunto de datos (n=212) se detectaron 3 principales cargos de un total de 31¹⁷: *Professor* (17.1%), *Assistant Professor* (16.4%) y *Associate Professor* (12.5%), sólo por mencionar los que computan mayor frecuencia. Estas posiciones,

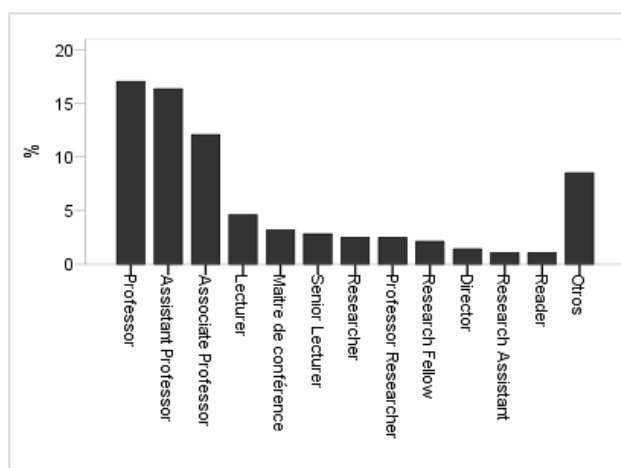


Gráfico 7. Porcentaje de los cargos que ocupan los sociólogos (n=212). Incluye posiciones administrativas

¹⁵ Cabe señalar que los cargos o posiciones sólo contabilizan a los sociólogos que cuentan con un grado de doctor y que ocupan un puesto fijo o temporal de trabajo en alguna institución académica. Las personas que reportaron ser estudiantes y candidatos a un doctorado fueron descartadas, al igual que los dedicados a una estancia de investigación postdoctoral. Con tal discriminación se pretende centrar la atención en los sociólogos que participan en la red digital con un puesto de trabajo fijo o estable (*tenured position*) y los que se encuentran en la lucha por su obtención, esto es, los sociólogos que guardan una relación duradera (o en potencia) con la institución.

¹⁶ La clasificación de las posiciones permanentes (*tenured*) y temporales fue consultada en List of Academics Ranks (Wikipedia) <http://bit.ly/1OgCqVW>. En el caso mexicano también se consultó el Estatuto del Personal Académico de la UNAM <http://bit.ly/1SfzICm>

¹⁷ Otra posición que destaca, no por su frecuencia sino por su inusual presencia en la red digital Twitter, es la que corresponde a la de profesor emérito: se contabilizaron dos casos aislados. Además de cargos académicos, también se registraron posiciones relacionadas con la gestión institucional (*Director* y *Dean*, por ejemplo). Para mayor detalle véase el Anexo estadístico.

representativas del sistema de la academia estadounidense, además de contabilizar el mayor número de registros en el universo exploratorio, corresponden a su vez a los rangos privilegiados que aseguran —o se encuentran en camino de asegurar, como es el caso de *Assistant Professor—l'avenir*, la definitividad del profesional en una institución.

Cada posición cumple características particulares dentro de la jerarquía académica —facultades, obligaciones y limitaciones según el acuerdo contractual— y que pueden variar dependiendo del país; sin embargo, no se ahondará en esa cuestión por lo que se decidió respetar el anglicismo al momento de registrar el cargo, aunado a que la mayoría de los registros se encuentran adscriptos a centros académicos de habla inglesa y en particular provenientes del sistema estadounidense. En el caso del registro de las posiciones de los profesionales de la sociología ubicados en regiones hispanófonas, se decidió traducirlas al inglés a fin de unificarlas con las posiciones de origen anglófono. En general, se tratan de puestos cuyas principales actividades se vinculan a la docencia y la investigación (*Professor Researcher*, profesor investigador). No así en el caso francés, en el que resultó impreciso ubicar, por ejemplo, un equivalente al puesto *maître de conference*, así que se conservó el registro original. De todas formas, como ya se mencionó al principio del apartado, la división fundamental de la que interesa dar cuenta y prestar una cuidadosa atención es la que concierne a los puestos fijos en oposición a las posiciones temporales.

Edad académica. Año de obtención del grado de doctor

Al carecer de un registro que proporcione la edad biológica de los profesionales de la sociología en Twitter —dato importante cuando es común considerar la variable edad como fuertemente correlacionada al uso de la tecnología, y en el contexto académico laboral, la edad como factor de peso cuando se postula por un lugar en la plantilla académica (la precocidad siempre es vista con buenos ojos)— se decidió considerar el año de obtención del grado de doctor (n=182) como un indicador aproximado de los años de vida que los académicos han consagrado a la sociología. La *obtención del grado de doctor* constituye, desde la perspectiva que aquí se propone, la fecha de

nacimiento del académico, el punto de referencia que permitirá dimensionar y comparar los distintos puntos generacionales en los que se sitúan los actores de la red digital.

El registro preciso del año en que el grupo de profesionales de la sociología obtuvo el grado de doctor fue un dato extraído de la pesquisa documental, en su mayoría procedente del *curriculum vitae* electrónico, luego de la consulta de los perfiles públicos de sitios de redes sociales como *LinkedIn* y *Academia.edu*, y de las fichas descriptivas que aparecen en los sitios electrónicos de los departamentos académicos donde están adscriptos los sociólogos. Además de autenticar la identidad del académico, el CV es un “*documento histórico*” que captura el dato preciso de la trayectoria, un dato longitudinal más o menos estandarizado (Dietz, Chompalov, Bozeman, Lane, & Park, 2000, págs. 420-421). No obstante, la limitación de rastreo fue que no todos los usuarios cuentan con un registro público de CV al que se acceda vía web. También en otros casos se encontró que el registro de CV resultaba obsoleto o con datos no actualizados. En 25 de los casos se desconoce el año en el que los profesionales de la sociología consiguieron el grado doctoral. El número de casos restante corresponde a quienes aún son estudiantes o candidatos al título de doctor.

La primera división general que denota la edad académica de los sociólogos es la que se refiere a la centuria en la que obtuvieron el grado de doctor, una división “tajante” pero que, acorde a las características de los registros con los que se

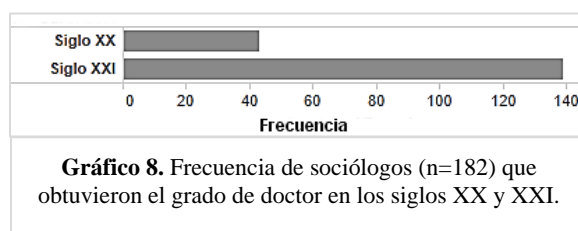


Gráfico 8. Frecuencia de sociólogos (n=182) que obtuvieron el grado de doctor en los siglos XX y XXI.

cuenta, dimensiona el cambio generacional entre los recién llegados y los establecidos desde hace tiempo. Así, se tiene que 76.37% de los doctores en sociología se graduaron en el siglo XXI, mientras que el 23.63% son doctores que obtuvieron su grado en el siglo XX. Este trazo generacional en la edad académica sugiere apenas una idea sobre la utilización de las tecnologías digitales durante la etapa estudiantil y la trayectoria profesional. Los doctores del siglo XX tuvieron que enfrentarse a la Web anterior a Google, a los blogs y a los sitios de redes sociales, y todavía más atrás, al tránsito del papel y el lápiz a la máquina de escribir y después a la computadora personal. Una socióloga que obtuvo un doctorado en 1993 afirma en tono contundente:

“I cannot imagine how it must have been in the 'dark ages' when people had to write PhDs and books without using a computer. I can type much faster than I write with a pen. A pen now feels strange, awkward and slow in my hand, compared to using a keyboard” (Lupton, 1995, pág. 97).

Por otro parte, los PhDs del siglo XXI emplearon la Red “amigable”, primero, durante el pasaje de toda su vida estudiantil, y luego en la etapa profesional. Para los académicos engendrados en la era del internet de Google, de los blogs, de la telefonía móvil, y de los sitios de redes sociales, esto es, un internet en el que no es necesario contar con avanzados conocimientos informáticos para participar, es común emplear recursos digitales¹⁸ —más allá de la simple documentación bibliográfica— en la difusión del trabajo profesional y la comunicación entre colegas e incluso como objeto mismo de investigación que, cabe analizar, podría redituarse en el prestigio y la difusión académicos¹⁹. Con los datos que se dispone no es posible determinar en un grado positivo o negativo la relación que guarda el uso de un internet (cualitativo y tecnológico) distante del que se conoce hoy en día en el desarrollo de la trayectoria académica y su repercusión en la vida profesional. Por ahora esta cuestión se dejará en el tintero. En el tercer capítulo se expondrá un caso que ilustra la relevancia que ocupan un par de sociólogos en el contexto de las redes digitales y que se refleja en la estructura de la red de profesionales de la sociología: uno, proveniente de la “vieja escuela” y consagrado antes del surgimiento de las redes digitales; otro, inmerso por completo en el fenómeno digital.

Al continuar con la marcha de los datos, se observa desde una perspectiva de mayor precisión (figura 2) que la mitad (50.8%) de los usuarios de la red digital son doctores en sociología desde la primera década del siglo XXI. Después siguen aquéllos que consiguieron el grado en la

¹⁸ Prácticamente la mitad del universo exploratorio (n=139) de esta investigación, registrado a partir de la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter, son profesionales que obtuvieron el grado doctoral en el siglo XXI. Para tomar prestada la famosa expresión de Marc Prensky, son los “nativos digitales” de la sociología.

¹⁹ Casos particulares como el de las blogueras Lisa Wade (2013) con *Sociological Images* <http://bit.ly/1WDlRdW> y Jill Walker Rettberg (*jill/txt* <http://jilltxt.net>) son un ejemplo de apropiación del entorno digital al crear iniciativas originales de difusión de una disciplina (la sociología) y el uso novedoso de plataformas de publicación (blog académico).

década de los años noventa (11.7%) y ochenta (3%). Cabe señalar que se registraron los casos aislados de un par de sociólogos que alcanzaron su grado de doctor en 1979 y 1966.

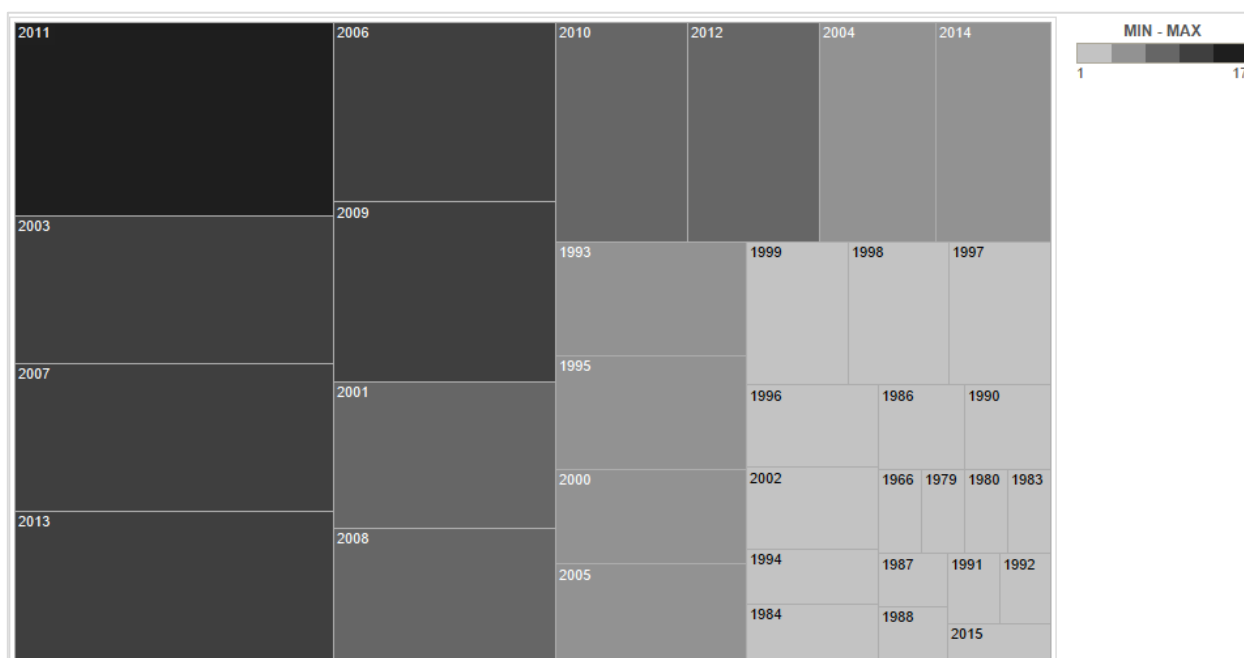


Figura 2. Distribución del año en que los sociólogos obtuvieron el grado de doctor (n=182)

Sobre el uso de la red digital

Al capturar el registro de los usuarios relacionados con la disciplina sociológica en la red digital Twitter surge la pregunta sobre si los usuarios, a pesar de contar con un perfil público rastreable, todavía se encuentran utilizando la plataforma. Como en cualquier espacio digital, es común encontrar cuentas de usuario abandonadas, sólo empleadas por un periodo determinado de tiempo o para un propósito utilitarista de corto plazo. A fin de librar esa imprecisión, se indagó acerca de la *antigüedad de suscripción a la red* y el *registro de actividad* de los sociólogos en Twitter, con lo que se logró identificar a los perfiles o cuentas activas y a los perfiles obsoletos o sin actividad visible. Tales datos se obtuvieron a partir del rastreo de la fecha en que los usuarios se inscribieron a la plataforma y el último registro de actividad (*tweet*) observado en sus perfiles,

ambos registros de acceso público. Lo que se espera corroborar con este recurso metodológico o cruce de datos es la consistencia de un conjunto significativo de usuarios que utilizan la red digital de forma estable. Así como en un primer momento la verificación de la identidad de los perfiles de usuario a través del *curriculum vitae* y otros recursos permitieron librar el obstáculo de la falsa identidad de los usuarios en la plataforma, de igual forma la comprobación del estatus activo/inactivo de los *tuiteros* sociólogos, de su continuidad o apropiación (vida digital) en el uso de un particular ámbito tecnológico, tendrá el fin de completar el objeto de análisis que interesa a los fines de esta investigación, a saber, las formas de comunicación informal de los profesionales de la sociología en la red digital de los *140 caracteres*.

Antes de continuar con la exposición de los resultados cabe subrayar que en este entorno digital valorar una cuenta de usuario como activa/inactiva, conduce a un segundo escepticismo —el primero relacionado a la identidad— que debe librarse antes de valorar el registro de un usuario como un dato objetivo. La popularidad de la que goza en la actualidad el acceso a enormes cantidades de bases de datos, resultantes del sofisticado y el potente cálculo computacional (*Big Data*), prácticamente sin la directa intervención humana, ha conducido a una *creencia* compartida sobre la inteligencia, la precisión y la objetividad con la que las colecciones de datos son producidas (boyd & Crawford, 2012, pág. 663) y ordeñadas. En la plataforma Twitter, por ejemplo, gran parte de los usuarios participan de forma pasiva, esto es, como oyentes (*listener*, según el argot de la red), al acceder a sus cuentas sólo para observar el flujo de información que resulta de los contactos de sus redes personales y no para publicar información de su interés. La misma empresa californiana (Twitter) reveló que alrededor del 40% de sus usuarios activos en 2011 sólo iniciaron sesión o accedieron a la plataforma Twitter para observar o “escuchar” las conversaciones (*Ídem*, 2012: 669). Asimismo abundan las cuentas de usuario que cobran vida con un nombre y una identidad ficticios y que son generadas de forma automatizada (“*bots*”) por programas informáticos sólo concebidas con el fin último de reproducir contenido diverso, sobre todo de tinte político y mercadotécnico. Aunque con un objetivo diferente, la cuenta @bourdieu (Pierre Bourdieu), uno de los principales artificios metodológicos en la recolección de datos, es un claro ejemplo de la ficción identitaria, de animismo digital, en esta plataforma. Por lo anterior es que resulta imperativo permanecer atento a la extracción de banco de datos cuando sólo se

delega esta responsabilidad a los programas informáticos²⁰. Hasta en las etnografías más controladas los informantes suelen mentir.

Registro de actividad en la red

Contar con el registro de actividad de los usuarios como un indicador de vigencia en la red Twitter, llevó a indagar directamente en la fecha del último mensaje (*tweet*) publicado en cada una de las cuentas de los sociólogos del universo exploratorio. Para tal fin se tomó el 29 de mayo de 2015 como fecha de referencia en la captura del registro. Los resultados se presentan de forma sintética en el siguiente cuadro.

Al considerar a la totalidad del universo exploratorio, tal y como puede observarse en el Gráfico 9, los datos indican que 233 sociólogos (83.5%) registraron actividad (publicación de un mensaje o *tweet*) en sus respectivas cuentas durante el mes de mayo de 2015, este dato permite considerarlos como usuarios de la red con vigencia, es decir, usuarios activos cuyo uso esporádico del medio queda descartado. Este es el conjunto de usuarios en el que se observa una relativa estabilidad en el uso de la red. Son los usuarios fieles a la plataforma. Por contrario, se detectó que el 6.5% (18 casos) de las cuentas de usuario no presentó actividad²¹ en 2015; incluso, en algunos casos, los usuarios dejaron de emitir *tweets* a partir de 2012, 2011, 2010 y sucesivamente, de tal suerte que conviene clasificar a estas cuentas como inactivas o abandonadas. Pese a eso, se calcula que los usuarios desconectados, sin actividad visible al momento de verificar el registro de actividad, dejaron de publicar mensajes después de pasar en promedio 3.6 años en ese espacio digital.

²⁰ En esta investigación se ha comprobado que el software *Publish or Perish* (versión 4.15.1.5630), utilizado para medir el impacto de las publicaciones de un autor, y el cual extrae evidencia bibliométrica de dos fuentes de datos (*data source*) Google Scholar y Microsoft Academic Research, arroja resultados distintos de los que se obtienen al consultar de forma directa, por ejemplo, el sitio de Google Scholar. La plataforma Twitter también presenta esta incoherencia en la extracción de datos como mostraron Driscoll y Walker al *testear* 3 diferentes métodos que ofrece la plataforma (API Search, API Streaming y GNIP Power Track, este último un servicio de paga). En los 3 métodos, para la misma consulta, el conjunto de datos resultante fue distinto (Boullier, 2015, pág. 7).

²¹ Se descartó una cuenta de usuario al detectarse que ésta genera contenido automatizado, un robot de noticias sobre sociología. No obstante, la autenticidad del autor que vincula con dicha cuenta fue verificada.

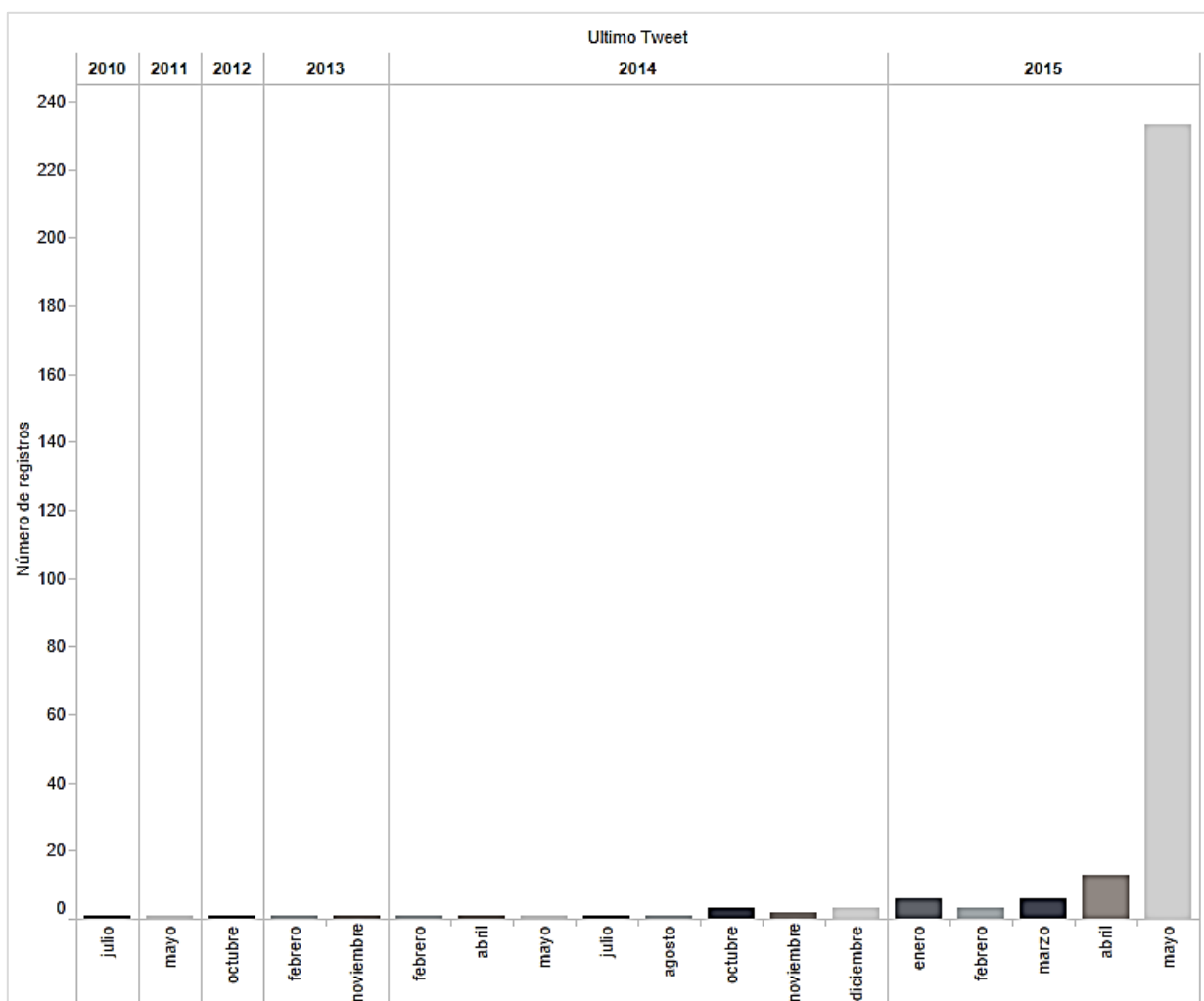


Gráfico 9. Fecha en la que se registró la última actividad (*tweet*) de los usuarios (29 de mayo, fecha de referencia).
Elaboración propia.

Año de unión a la red

La captura de la fecha de suscripción de los profesionales de la sociología en la red Twitter es un indicador preciso sobre el año de origen de las cuentas. En términos generales, se afirma que el conjunto del universo exploratorio ha pasado en promedio 4.5 años en la red de los *140 caracteres*, tiempo significativo cuando se relaciona la presencia en este medio con actividades vinculantes a la academia. No obstante, este dato resulta incompleto y hasta engañoso —estéril a

los fines analíticos que persigue esta investigación— al no complementarse con el *registro de actividad* (supra) que corrobora la continuidad o el abandono del uso del medio.

Así pues, los datos indican que en el año 2009 se registró el mayor número de sociólogos (26.8%) que se unieron a la red digital Twitter. Este núcleo de usuarios, al día de hoy 2015, suma 6 años de antigüedad en la plataforma, resulta de un interés particular ya que, además de constituirse como el grupo longevo más numeroso, prácticamente la totalidad continúa con actividad vigente en la plataforma: sólo el 2.43% no publicó mensajes en 2015. Este indicador permite hablar de un sentido de pertenencia a una práctica que implica una considerable inversión de tiempo y esfuerzo, de la fidelidad a un grupo o a una comunidad entre pares que, cabe afirmar, es parte del *modus vivendi* del académico.



Figura 3. Año en que los profesionistas de la sociología se unieron a la red digital Twitter (n=280)

En lo que respecta a las personas que se unieron en 2007, año más antiguo del registro, se observa que este reducido grupo de apenas 10 personas (3.6%), de las cuales 8 tienen presencia

en instituciones estadounidenses, se unieron de forma temprana a la red digital (son lo que se denomina *early adopters*), considerando que ésta inició operaciones a mediados de 2006. Con 8 años de antigüedad en la plataforma, este grupo, a excepción de un usuario, registró actividad en mayo de 2015, un indicio que obliga a preguntarse sobre la naturaleza de la comunicación entre colegas y el contenido que circula de ordenador a ordenador, de sociólogo a sociólogo. La antigüedad de las cuentas también refiere a un proceso de creación y de exposición de una identidad académica que recibe reconocimiento entre pares.

Al seguir con la lectura de la Figura 3, se advierte de 2009 a 2012 la mayor concentración del grupo de sociólogos que se unió a la plataforma, lo que es probable que coincida con la época en que se popularizó el uso de Twitter sobre todo fuera de territorio estadounidense. Ese periodo suma el 87.5% del total de los sociólogos registrados; en otras palabras, de cada 10 sociólogos suscritos, 9 lo hicieron entre 2009 y 2012.

Flujo de mensajes

El total de mensajes que han publicado 280 usuarios durante el periodo que comprende de enero de 2007 al 4 de abril de 2015 asciende a un total de 1 787 111. Esta cifra, en apariencia exorbitante pero moderada en comparación con la descomunal proporción de datos que emplean los estudios cotidianos de Computational Social Science, fue obtenida al sumar el número de micromensajes (*tweet*, unidad de información) que registran el conjunto de usuarios a partir del año en que se unieron a la red hasta la fecha de extracción de la base de datos exploratoria (4 de abril de 2015). El ritmo de la publicación de estos mensajes (Gráfico 10) presenta variaciones de un usuario a otro, de los prolíficos a los parcos, de la obsesión por el tuiteo compulsivo a la poca actividad, donde se constata una marcada tendencia de publicación contrastante.

Por ejemplo, el usuario que registra mayor actividad —profesor asistente (*professor assistant*), doctor joven que obtuvo su grado en 2015, todavía sin un puesto permanente en la institución— ha publicado un total de 122,787 micromensajes desde mayo de 2010 al mes de abril de 2015, fecha en la que se unió a la red. Para acumular tal cantidad, este usuario debió publicar en promedio 67.3 *tweets* por día, cifra que sin duda exige una considerable inversión de tiempo y

recursos. Sin duda resulta significativo que usuarios que detentan el mayor grado académico que concede la institución dediquen una importante parte de la agenda cotidiana a la práctica del tuit de forma intensa.

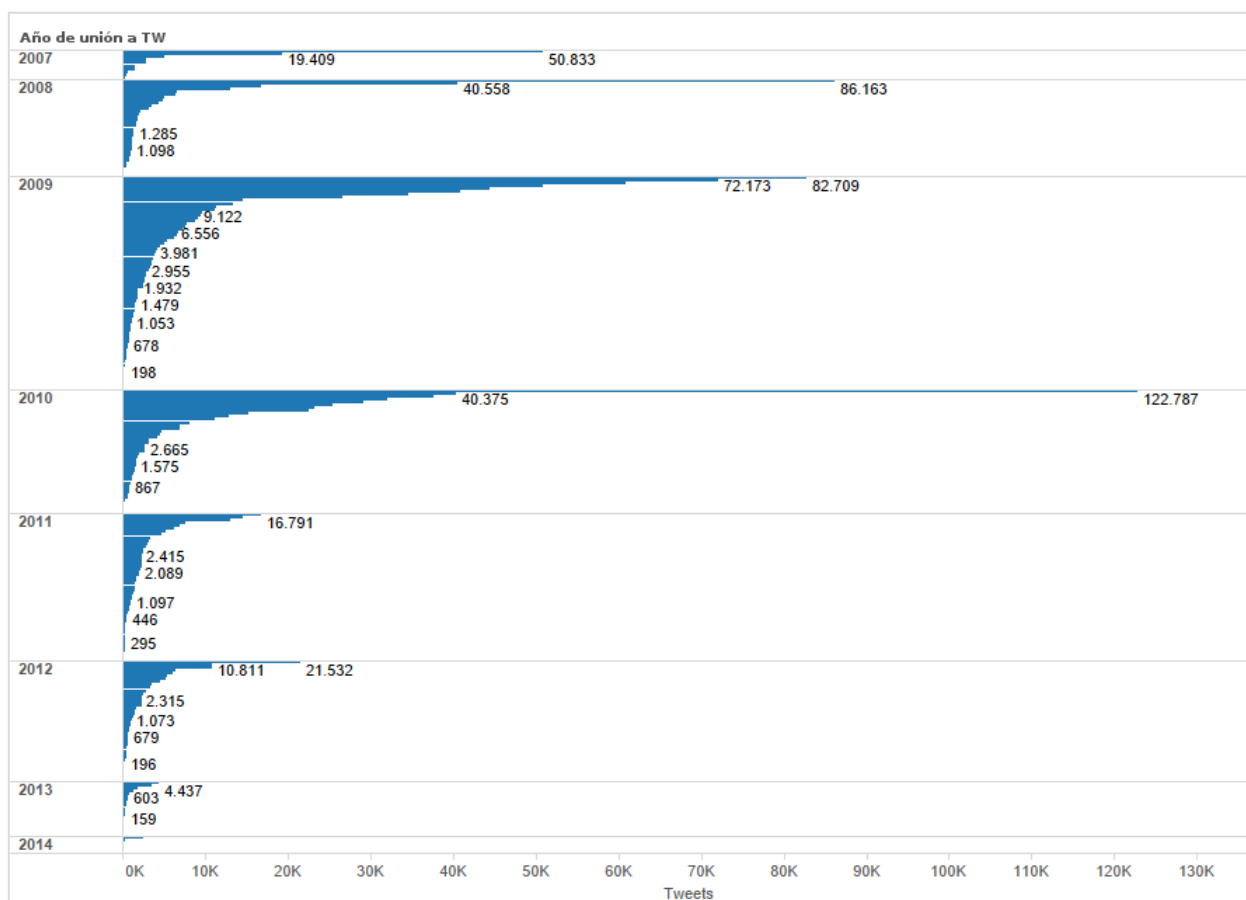


Gráfico 10. Total de mensajes publicados (*tweets*) por usuario. Los datos se agrupan en función del año en que los usuarios se unieron a la red; el volumen de mensajes se encuentra en orden descendente. La lectura de este gráfico se interpreta de la siguiente forma: el usuario con mayor actividad en la red, parte más álgida de los picos, suscrito en el periodo de 2010, publicó un total de 122,787 micromensajes. La contabilidad de los mensajes sólo fue considerada hasta el 4 de abril de 2015. El formato del gráfico hace imposible visualizar la cantidad de *tweets* que emitió cada usuario. En todo caso lo que interesa destacar es el marcado y constante *decrecendo* en el volumen de acumulación presente en todos los periodos (2007 a 2014). Elaboración propia.

Usuarios de otras disciplinas también han encontrado en esta red digital un medio estratégico para optimizar el tiempo en su quehacer profesional. A este respecto, Trish Greenhalgh (@trishgreenhalgh), académica y médica en la Universidad de Oxford, y quien se unió a

Twitter en enero de 2012, escribe desde su cuenta: “*Someone asked me yesterday ‘How do you find time to be on Twitter?’ Twitter SAVES me time!*” [17 de septiembre de 2015]. Frente a la reacción que suscita un tuit con dicha afirmación, la misma Trish Greenhalgh responde a su interlocutor cuando éste le pregunta cómo es que Twitter puede ahorrarle tiempo : “[...] *the people I follow post links to papers I need to read. Excellent & quick way to disseminate my publications*”.²²

Por último, si se hablara en términos de un usuario promedio, puede afirmarse que un profesional de la sociología del universo exploratorio ha pasado 4.5 años en la red Twitter emitiendo alrededor de 6382.5 *tweets*, es decir, 3.8 micropublicaciones por día.

Es probable que la captura, la métrica y el análisis de mensajes (*tweets*) provenientes de esta plataforma son la materia prima de mayor predilección en los estudios de ciencias de la información. Las múltiples manifestaciones de la vida pública y privada, profesional y amateur, han recibido particular atención en razón de la diversidad de usuarios enganchados a la red Twitter. Con frecuencia ésta es tomada como un termómetro, afirman, del “pulso social”, de la reacción global a nivel discursivo y en “tiempo real” sobre temas de actualidad. La literatura acerca de estudios circunscritos a esta red apunta a temáticas de diversa índole como son el monitoreo de mensajes en el contexto de la pandemia H1N1 de 2009 (Chew & Eysenbach, 2010); estudios sobre los patrones de comunicación expresiva entre cristianos y ateos (Ritter, Preston, & Hernandez, 2013); el análisis de sentimientos (Pak & Paroubek, 2010); e incluso predicciones del mercado de valores a través de la medición de las emociones (Bollen, Mao, & Zeng, 2011). Los temas, sin duda, aluden a temáticas en parte exóticas cuyos resultados se fundamentan en la interpretación *per se* de datos de enfoque lexicométrico que conducen ineluctablemente a un espejismo interpretativo, a una apofenia: “ver patrones donde no existen sólo porque los enormes conjuntos de datos sugieren conexiones que apuntan en todas direcciones” (boyd & Crawford, 2012, pág. 668). Gran parte de esta clase de estudios –avalados por la academia– se fundamentan en generalizaciones del análisis computacional, en ocasiones experimentales, cuyas conclusiones

²² La conversación completa de este tuit puede consultarse en <http://bit.ly/1qntskL>.

se presentan, y se asumen, como hallazgos provenientes del análisis social.²³ Con todo, la relevancia de la red digital Twitter como objeto de estudio y al mismo tiempo como herramienta de análisis, no es menor cuando la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos lanzó en 2010 una iniciativa a fin de archivar todos los mensajes (tweets) publicados de 2006 a 2010. En un comunicado oficial emitido en 2013, la Biblioteca del Congreso destaca la importancia de los *“sitios de redes digitales como métodos primarios de comunicación y expresión creativa que en algunos casos suplantán el uso de cartas, periódicos, publicaciones periódicas y otro tipo de fuentes sistemáticamente recopiladas por bibliotecas de investigación”*.²⁴

El flujo de mensajes constituye una parte sustancial de la evidencia o los trazos que las personas dejan de su vida digital, modos de expresión que circulan por las tuberías de la plataforma digital Twitter y que al tratarse de un grupo de profesionales, cabría hablar de una fuente de capital de recursos de conocimientos sociológicos. En tiempos donde la promesa del acceso universal al conocimiento —y al conocimiento universal— deja entrever la explosión de repositorios públicos de revistas académicas, de banco de datos disponibles desde cualquier lugar del planeta, y cuando resulta imposible acceder a otro tipo de publicación especializada los mercaderes de la edición científica como *Elsevier*, *Springer*, y *Wiley* se encargan de revender a las universidades los productos de investigación que éstas mismas financiaron, cabe preguntarse sobre la utilidad de los canales de comunicación informal y acerca del sentido que los científicos les encuentran ante el maremágnum de información. Precisamente, en razón de la inundación de recursos digitales, la comunicación informal cobra un valor particular, los científicos que integran las redes de comunicación juegan el rol de curadores de contenido; ciernen y clasifican; filtran y distribuyen los recursos informacionales, una práctica que resulta familiar en los blogs académicos, las listas de correo, los foros de discusión *online*, y en las tertulias de café. La red Twitter constituye otro espacio, con una dinámica peculiar, en la que se pone en práctica dicho principio. En la década de los años 70, Diana Crane ya advertía la ventaja del científico sobre las computadoras en una

²³ Carlos Diuk, de formación computólogo y con un doctorado en inteligencia artificial, es parte del equipo de análisis de datos de Facebook. En una entrevista afirma: “Tratamos de ser los sociólogos de Facebook”, *La Nación*, 20 de mayo de 2014. <http://bit.ly/1xXsptv> [Consultado el 24 de noviembre de 2014].

²⁴ “Update on the Twitter Archive at the Library of Congress”. Traducción libre. Comunicado disponible en <http://l.usa.gov/1sgHPRD> [Consultado el 16 de septiembre de 2014].

época en la que la imagen de la abundancia de información (“*information explosion*”) también cobraba eco en los círculos de especialistas:

“These individuals [scientists who are the foci of communication networks] who sort, sift and channel information are more likely to be useful in orienting the activities of other scientists than computers, which store vast quantities of information but which are by their very nature unable to evaluate its potential relevance in terms of the sophisticated criteria required for developing new ideas in scientific research” (Crane, 1970, pág. 40)

En un tono, tal vez exagerado, no se sabe de cierto, Price sentencia sobre una característica no intelectual sino social durante el proceso de investigación, un rasgo que refiere al tejido de relaciones entre colegas de una disciplina y a los hábitos que emplean en la obtención de la información precisa: *“el auténtico investigador seguramente no lee en absoluto, sino que consigue su información de otras maneras, a través de conversaciones y relaciones sociales”* (De Solla Price, 1973, pág. 121).

II. LA ICONOGRAFÍA DE LA RED. DE LOS *FOLLOWERS* A LAS POSICIONES ACADÉMICAS

Este capítulo se propone, en primer lugar, revestir los nexos digitales de los usuarios sociólogos en la plataforma Twitter con los atributos o las características expuestos a detalle en el capítulo anterior. Para tal efecto se utilizará la perspectiva teórica del análisis de redes sociales (SNA). Situar los vínculos entre los sociólogos tiene el objetivo de conocer el *lugar* que estos ocupan en el circuito digital de comunicación informal, así como el *rol* que los actores juegan en el flujo de información que circula en la red. No es una cuestión de llana inocencia descriptiva o automatismo metodológico plasmar los nexos o las suscripciones entre los sociólogos al interior de la red —la representación visual de los *followers*— como una prueba justificativa de la abundancia del sociólogo tuitero. Por contrario, la evidencia muestra que en el ámbito profesional, cuando se promueve la identidad académica en la arena digital, se guarda un cuidado, cuasi quirúrgico, en el proceso de curación a la hora de suscribirse a la red de otros usuarios, una elección deliberada como cuando se escriben en la libreta de direcciones, a puño y letra, papel y tinta, las coordenadas de contacto de las personas con quienes interesa entablar comunicación. Así que la elección de cada conjunto de usuarios cumple el objetivo de exponer propiedades de la red que van más allá de una comunicación animada por impulsos eléctricos.

El supuesto que se pone a prueba en esta etapa de la investigación, la idea central por la que se apuesta, es la que refiere a la prolongación y preservación de la comunicación profesional fuera de la institución a la que se rinde cuentas: la participación en una instancia de comunicación informal (Twitter) como un reflejo aproximado de las relaciones que los académicos de la sociología guardan en el entorno oficial. La puesta en escena de una *identidad profesional* en una variada gama de plataformas que se ofertan en el escaparate digital obliga a rastrear a los pares, a las referencias en el campo disciplinar, a los colegas próximos, a las amistades intelectuales. Obliga al académico a sacar a la luz lo mejor de sí, los logros intelectuales, los reconocimientos, aquello que tiene mayor valor o digno de ser visible.

El académico es un animal socializante que como un objeto preciado cultiva con celo a su círculo de contactos; busca la ocasión de ampliar su red de colegas (los congresos y eventos internacionales, por ejemplo, como ocasión prototípica donde se da cita la *socialité* del campo disciplinar). Liberman (@PsychofScience) y Wolf, en un sentido próximo, afirman la naturaleza de este animal social: “*El científico no puede trabajar aislado, ni es un diletante; forma parte de una estructura que valida su producto*” (1990, pág. 7). La participación en una plataforma informal como Twitter no implica una separación tajante con las personas que rodean la vida profesional del sociólogo. De tal forma que pueden identificarse fragmentos o partes completas del círculo social institucional donde se encuentran incrustados los profesionales de la sociología, incluso a los contactos de ámbitos profesionales ajenos al propio: *los colegios invisibles*. Dicho con otras palabras, se sostiene la existencia de una organización profesional, de base formal, entre miembros de la disciplina sociológica en un ámbito informal: la cara formal de la comunicación científica informal; la parte dual y constitutiva de la estructura de comunicación científica y disciplinar.

Para llevar a cabo tal propósito cabe señalar lo siguiente. La aplicación del paradigma de análisis de redes sociales (ARS) es la perspectiva teórica desde la que se observará el *dato relacional* extraído como evidencia desde la plataforma Twitter. La captura de este dato es el resultado, como ya se mencionó en el primer capítulo, del proceso de curación y de rastreo originado por la cuenta @bourdieu, ampliado por el uso del motor de búsqueda y la funcionalidad de recomendación algorítmica con la que dispone la red digital Twitter. El resultado final fue un universo exploratorio de 280 profesionales de la sociología que detentan un grado doctoral de estudios o próximo a obtenerlo.

La conexión entre usuarios (el follow o seguidor, la suscripción) al interior de la plataforma aporta el ingrediente relacional que hace del ARS una propuesta (metodológica y analítica) pertinente con la simiente genética de este objeto de investigación. Desde el surgimiento del ARS, con la sociometría de Moreno como fundadora del moderno enfoque, esta perspectiva de análisis relacional ha consolidado una amplia batería de conceptos que integra el cálculo matemático y el software computacional. Aquí sólo se hará uso del concepto de centralidad (Freeman, 2000) y en específico dos propiedades estructurales propicias en la develación de

posiciones relevantes en la red digital con la que se dispone: el grado nodal (grado de entrada [input] y salida [output]) y la intermediación (betweenness). La cercanía (closeness) es una tercera propiedad estructural que pertenece a la centralidad pero que no se aplicará en esta investigación.

La inercia del camino analítico conducirá a *visualizar* las posiciones que ocupan los usuarios en la red mediante la sucesiva representación de grafos, la parte analítico-sensorial de los supuestos teóricos. Este análisis de la red digital de los profesionales de la sociología propone priorizar el análisis a nivel grupal (subred), apenas un conjunto acotado de toda la red, y el que atañe al nivel individual (ego), tal y como sugiere la tradición metodológica al emplear el ARS. No se considerará el análisis del conjunto total del universo exploratorio, sólo se hará una referencia descriptivo-visual a ésta con la intención de situar la posición que ocupan los niveles de análisis grupal e individual.

De forma paralela, y como una vuelta de tuerca a la aplicación del modelo analítico del ARS, la configuración de la interconexión entre los actores se considerará asimismo en función de la *intensidad de los lazos* (Granovetter, 2000), una ponderación que cumple el objetivo de señalar la trascendencia del *link digital*, es decir, de pensar la vinculación entre usuarios en términos de la jerarquía y el rol académicos y no como llanos suscriptores (followers) o participantes en una plataforma digital.

Algunas consideraciones

La dimensión de la red y los atributos con los que se dispone hacen imposible considerar a cada grupo de usuarios como candidato a un análisis en particular: el grupo de profesionales de la sociología en México, en Argentina, en Francia o Alemania; los profesionales que se adhieren a una línea o temática de investigación; los sociólogos y las sociólogas que apenas luchan por la obtención de un grado doctoral o quienes se encuentran luchando por la definitividad en un puesto académico. De tal suerte que sólo se tomarán en cuenta determinados grupos y usuarios en la red que por su significativa relevancia – medida a partir del grado nodal, como se verá más adelante– y posición en el entramado de la red dan cuenta de patrones de organización de los

profesionales de la sociología al interior de la red Twitter, forma de organización oportuna con los objetivos de esta empresa de investigación. La referencia a casos que provienen de la sociología anglófona será recurrente. Esta elección metodológica también se justifica por la fuerte penetración de uso tecnológico en el quehacer profesional de los sociólogos de habla inglesa, tal y como mostraron los datos recabados: 7 de cada 10 usuarios del universo exploratorio emplean el inglés como idioma principal en sus actividades, cabe recordar.²⁵

Por otra parte, al acotar el universo exploratorio a un conjunto de 280 usuarios también se debe omitir a la red particular de contactos con la que dispone cada usuario por cuenta propia: el directorio personal que incluyen a colegas del mismo campo de la sociología y de otras disciplinas, e incluso a los contactos afectivos y de parentesco entremezclados en las listas de contactos. Este análisis sólo se concentrará en el tejido o entramado de intervenciones circunscrito a 280 profesionales de la sociología. Una pesquisa en la que se obtengan los vínculos que apunten a las redes personales de los usuarios aportaría, sin la menor duda, resultados de mayor profundidad sobre la configuración de recursos sociales y los consumos de productos culturales de los sociólogos; sin embargo, el número de actores involucrado crecería de forma exponencial, viéndose sobrepasado el objetivo y los recursos con los que cuenta esta investigación.

El análisis de redes sociales (ARS)

Hasta el momento se ha utilizado el término “red” como un automatismo del lenguaje, un reflejo o tic verbal, un sustantivo gramatical con una explícita referencia al entorno digital. En todo tipo de contextos y disciplinas éste se emplea de forma indistinta para referir una idea de vinculación o correspondencia, de asociación entre un conjunto de elementos: red neuronal, red de comunicación, red de transporte, red de redes, redes sociales. La cuenta es interminable. Incluso en el lenguaje de la vida cotidiana la alusión a la red se utiliza de forma natural. Con todo, la idea de pensar en términos de conexión entre elementos ha sido un paso decisivo contra el pensamiento de tipo sustancialista, forma de pensar contra la que se constituyó la sociología

²⁵ Para mayor detalle de la distribución de frecuencia por idioma véase el Anexo estadístico.

como disciplina desde sus orígenes. De ahí que, por ejemplo, se mencione una raíz o un espíritu simmeliano al historiar la génesis del ARS en Estados Unidos de América: *“la forma de las relaciones sociales [determina], en gran medida, su contenido”* (Wellman, 2000, pág. 14). Hay quienes van todavía más lejos y remontan a Auguste Comte (Freeman, 2004, pág. 11) el origen de este campo de estudio.

El término red es uno de esos vocablos, comodín, polisémico y de uso común. Y todavía más en los días de las computadoras e internet con voces como las de la carretera de la información, la redes de redes, las redes sociales. No obstante, la red cumple con una función operativa según el enfoque con el que se emplee y los objetivos que se persigan. En la tradición del ARS inaugurada por Moreno y White, *“una red social es un grupo socialmente relevante de nodos conectados por una o más relaciones. Los nodos o miembros de la red son unidades que están conectadas por relaciones cuyo patrón estudiamos. Esas unidades son por lo común personas u organizaciones...”*, apunta la definición de Marin y Wellman (@barrywellman) (2010, pág. 11).

Otra definición bastante extendida en el gremio sociológico es la de Manuel Castells con su propuesta de la sociedad red, a decir de ésta: *“es aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación basadas en la microelectrónica”* (2006, pág. 17). Por otro lado, y moldeado en el contexto de la constante mutación de las plataformas digitales de tipo social, dana boyd (se escribe en minúsculas) (@zephoria) y Nicolle Ellison (@nicole_ellison) precisan la redefinición de un sitio de red social al afirmar que es:

“[...] una plataforma de comunicación en red en la cual los participantes: 1) tienen perfiles únicos identificables que consisten en el contenido suministrado por el usuario, el contenido provisto por otros usuarios y/o los datos a nivel del sistema; 2) en público articulan conexiones que pueden ser vistas y recorridas por

otros; y 3) pueden consumir, producir, y/o interactuar con flujos de contenido suministrado por usuarios provisto por sus conexiones en el sitio”²⁶

En suma, la red siempre está presente: a veces como adjetivo, otras como sustantivo. La anterior cuestión supone un problema en el intento de *encorsetar* un concepto único que defina el camino teórico. Cada tradición o campo de estudio dispone, como ya se advirtió, de una visión conceptual propia. Al hablar de red en esta investigación, la referencia a la propuesta de Manuel Castells (sociedad red) es acertada en cuanto fenómeno (comunicación informal digital) que adopta las tecnologías de la información y comunicación en la vida social; por otro lado, el término de sitios de redes sociales propuesto por boyd y Ellison, define con mayor precisión un momento de la evolución socio-tecnológica al enfatizar el uso social de una particular arquitectura tecnológica: los sitios de redes sociales entre los que se cuenta a la red digital Twitter. En el campo del ARS, la red efectúa un rol operativo (y *visual*) en consonancia con una batería de conceptos. Este último es el enfoque que se empleará en este capítulo, por lo que en las siguientes páginas deberá leerse a la red digital con los catalejos del análisis de redes sociales (ARS).

Propiedades estructurales de la red

El requisito *sine qua non* del análisis de redes sociales es el empleo de una variable relacional o estructural, esto es, una variable que ponga en relación a todos los actores del estudio (Lazega, 2007, pág. 17). Borgatti *et al.* (2009, pág. 894) afirman que en ciencias sociales existen cuatro tipos de vínculos que comúnmente se adoptan al estudiar un objeto desde la perspectiva del análisis de redes sociales: (1) similitud (ubicación, membresía, atributo); (2) relación social (parentesco, afectiva, cognitiva, rol); (3) interacción (dar consejos, brindar ayuda, infringir daño)

²⁶ Traducción propia. En el original: “A social network site is a networked communication platform in which participants: 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-level data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site” (Ellison & boyd, 2013, pág. 158).

y (4) flujos (información, creencias, recursos personales). En el caso que aquí ocupa, la suscripción –unidireccional o recíproca– entre los usuarios (los seguidores o *followers*) es el elemento de vinculación que pone en relación a todos los usuarios, el dato relacional originario con el que se partirá en este apartado. Siguiendo la tipología de Borgatti, conviene catalogar al material relacional de esta investigación en el orden de las interacciones y los flujos (tipo 3 y 4).

Por otro lado, los atributos de los profesionales de la sociología, tales como la adscripción institucional, el grado y cargo académicos y el idioma, cubrirán la función de variables independientes con el objetivo de develar patrones de la red que influyan en la intervencionalidad entre los usuarios.

La centralidad

En el ARS la idea de la centralidad ha sido una preocupación que data de finales de la década de los años cuarenta con Bavelas como precursor en el estudio de la comunicación en grupos pequeños. Otros como Harold Leavitt y Sidney Smith también ya habían abordado la misma cuestión. La conclusión a la que llegaron estos autores —miembros del Group Networks Laboratory en el Tecnológico de Massachusetts (MIT por sus siglas en inglés)— fue que el problema de la centralidad se relacionaba con la “*eficiencia de grupos al momento de resolver problemas*” (Freeman, 2000, pág. 131).

A pesar de los esfuerzos y la abundancia de estudios empíricos que siguieron los hallazgos del MIT, los resultados se tornaron “*confusos y hasta contradictorios*” (Freeman, 2000, pág. 131). Aun así, el punto convergente era que el problema de la centralidad, como al principio, tenía relevancia a la hora en que los grupos se reúnen para resolver una serie de problemas. Otros autores también dieron importancia al problema de la centralidad aplicado a la integración política, a la centralidad en las vías de comunicación, al diseño de las organizaciones y al proceso de innovación tecnológica en el área de la industria acerera. Al mismo tiempo fueron utilizadas nociones opuestas a la centralidad en el contexto democrático de la toma plural de decisiones. Si bien existió un consenso en la época sobre la relevancia de la centralidad en las redes, no había una definición conceptual unitaria o unánime sobre la noción de centralidad en el ARS.

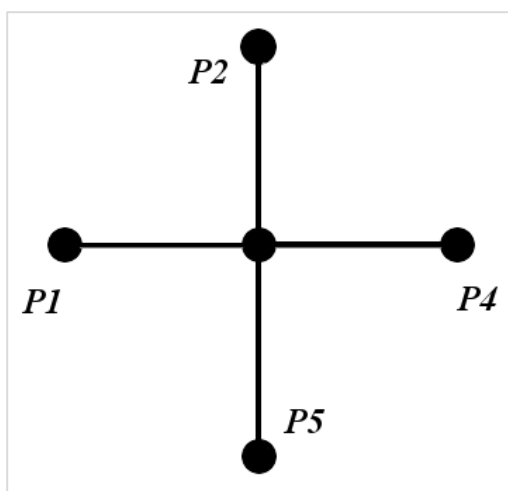


Figura 4. Centro de una estrella o eje de una rueda con cinco puntos. Elaboración propia basada en la de Linton C. Freeman (2000).

El centro de una estrella o el eje de una rueda son imágenes recurrentes e intuitivas en el ARS en un estadio temprano de su evolución disciplinar como una forma de abstraer las posiciones estructurales que podría ocupar un punto (actor). Situado al centro de la estrella o en el eje de una rueda o círculo, un punto se encuentra en una posición especial con respecto a los otros. El problema consiste en conocer el modo(s) en que “una posición es estructuralmente única” (Freeman, 2000, pág. 134). En este sentido, existen tres propiedades estructurales que sólo un punto en el centro de una estrella posee. (1) Dicha posición tiene

el mayor grado nodal (número de lazos o vinculaciones que tiene un actor en la red) ya que todos los puntos se conectan directamente por una arista o línea (son adyacentes); (2) se encuentra en la posición geodésica (camino más corto entre un par de puntos o nodos) cumpliendo la función de intermediador entre todos los puntos; (3) y se ubica a la menor distancia, a mayor cercanía de cualesquiera de los puntos.

Grado nodal

Interpretado bajo una clave comunicativa, por ejemplo, puede afirmarse que el grado nodal (degree centrality) refiere a la visibilidad, a la potencial actividad de un punto o nodo en el proceso comunicativo. Freeman también lo refiere como situarse en el “*punto focal de comunicación... en el centro de los flujos de información*” (2000, pág. 134). En sentido opuesto se halla la periferia, donde los puntos se encuentran aislados o marginados de los canales de información y los recursos. En el caso que apremia a esta investigación, el grado nodal permite referir la relevancia que un determinado usuario ocupa en el universo exploratorio creado a partir de la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter, esto es, la acumulación de suscripciones (followers) que un sociólogo registra en su cuenta personal, en este caso se hablaría de un grado nodal entrante (input). En términos bibliométricos se hablaría de las citaciones que una autor recibe en una publicación. Y a la inversa, el grado nodal de vínculos salientes (output) consistiría en los

usuarios a los que uno se encuentra siguiendo o suscrito (following); en otro contexto vienen a ser las referencias que un autor cita en una publicación.

Intermediación

La intermediación (betweenness centrality) es otro atributo estructural de la medida de centralidad. Este principio se define como la “*frecuencia con la que un punto está entre otros pares de puntos en la geodésica más corta de las que se les conectan*” (Freeman, 2000, pág. 135). En sentido llano, son los puentes que conectan entidades que de otra forma no tendrían contacto. En una situación de comunicación es el punto o posición que funge una persona como mediador entre dos receptores, lo que sin duda confiere, en potencia, el control de distribuir la información.

Una imagen acorde al fundamento de intermediación, aunque alejada de la perspectiva conceptual del ARS, es el acto de traducción literaria como puente lingüístico. Trasladar el significado de una obra escrita en su lengua original a otra extranjera resulta una operación que provee un recurso literario que de otra forma resultaría difícil, y en algunos casos imposible, de acceder. Para un hispanoparlante, estudiante de sociología, monolingüe, qué calamidad suscitaría enfrentarse a una edición original de *Das Kapital*, de *Le suicide*, de Братья Карамазовы (*Los hermanos Kamarazov*), si no es por una edición al castellano.

Cercanía

La *cercanía* (closeness centrality), tercer atributo estructural y visto como una actividad comunicativa, pone el énfasis en la distancia de mayor cercanía de un actor o nodo con los demás actores de la red. Al relacionarlo con el potencial control de la información este atributo es relevante ya que la independencia de los puntos o actores se determina por la cercanía que estos guardan con las demás entidades de la red, es decir, no requieren de trayectoria largas para obtener, en este caso, la información. La cercanía permite obtener la información de la fuente directa donde ésta emana. Dicho de otra forma, “*una posición central es aquella que no depende de otros como intermediarios o transmisores de los mensajes*” (Freeman, 2000, pág. 138).

La fortaleza de los vínculos

“Empirical sociological studies continually demonstrate the crucial importance of informal interaction in systems that are formally rationalized”

— Mark Granovetter, *Getting a job*

En el ámbito de la producción sociológica estadounidense la teoría de la fuerza de los vínculos débiles de Mark Granovetter (@granovet) es considerada como una propuesta seminal en el ARS. Con frecuencia se considera a la obra del autor como parte medular de la literatura de análisis de redes a pesar de que él mismo declarara “*I am not a networker*” durante su presentación en el *Sunbelt Social Networks Conference* en San Diego, la Meca del ARS (Granovetter, 1990).

El resultado de la investigación —producto de su tesis doctoral y presentado a la postre en forma de artículo, dicho sea de paso, la publicación más citada en los años 70 en EUA y cuya primera versión fue rechazada por la *American Sociological Review* en 1969— interesa a este estudio por la idea de la *intensidad de los lazos* que imprime a las relaciones sociales. Sin duda, el sello del enfoque granovetteriano.

El objetivo de Granovetter consiste en demostrar cómo el análisis de la interacción a pequeña escala puede operacionalizarse de forma teórica con aspectos de mayor amplitud social como son la difusión, la movilidad y cohesión sociales, por ejemplo. Tender el puente micro-macro es una preocupación que ocupa con frecuencia al análisis sociológico. El autor parte del supuesto de que “*el análisis de los procesos en los sistemas interpersonales*”, en específico el que atañe a la fuerza de los vínculos interpersonales, permite tender un puente entre ambas dimensiones.

La fuerza de un vínculo interpersonal se define a partir de las siguientes consideraciones, cada una independiente de la otra: “*combinación del tiempo, de la intensidad emocional, intimidad (confianza mutua) y los servicios recíprocos que caracterizan a dicho vínculo*” (Granovetter,

2000, pág. 42). Si bien un vínculo puede variar en intensidad (fuerte o débil), cualidad (positivo o negativo), direccionalidad (simétrica o asimétrica) la propuesta del autor sólo considera la intensidad (combinación del tiempo) en un sentido positivo. La ausencia de un nexo también es una dimensión a tomar en cuenta pero queda descartada en la propuesta del autor.

La hipótesis que Granovetter somete a prueba, y la cual permitirá unir los vínculos (fuerte/ débil) con estructuras de mayor dimensión, se condensa en la siguiente formulación: *"cuanto más fuerte sea la unión entre A y B, mayor será el número de individuos del grupo S [S=C, D, E,...] con los que ambos estarían relacionados mediante lazos fuertes o lazos débiles. Esta dualidad en sus círculos de amistad suele ser mínima cuando no existen vínculos o lazos, máxima cuando son fuertes e intermedia cuando son débiles"* (2000, pág. 42).

La combinación entre tríos (A, B y cualquier elemento del grupo S) menos probable de que ocurra es el siguiente escenario: A y B se encuentran fuertemente unidos, donde A guarda un vínculo fuerte entre algún amigo de C, sin embargo no existe ningún vínculo entre C y B. Granovetter denomina a esta poco probable combinatoria como trío prohibido. La ausencia de este modelo tríadico se explica por el concepto de puente, es decir, el nodo que proporciona el único camino o línea posibles entre dos entidades. Este principio es aplicable a redes pequeñas pero en redes de grandes dimensiones es poco frecuente que un vínculo funcione como puente o único camino para unir dos puntos. La importancia del puente en una organización en red radica en que si alguno de los nodos [A, B] tienen muchos contactos, solo la ruta A-B proporcionaría el camino para que la información, por ejemplo en una red de comunicación, llegue a los contactos de A o B, incluso si estos se encuentran conectados de forma indirecta.

Entre los estudios que ilustran la tesis sobre la importancia de los vínculos débiles en el proceso de difusión, cabe citar el que concierne al experimento del *Small World* propuesto por Stanley Milgram (1967). Este experimento consiste en elegir emisores al azar y entregarles un mensaje o panfleto que deberán hacer llegar a una persona objetivo a través de una serie de intermediarios que probablemente conozcan en persona al destinatario final. El emisor inicial envía el panfleto a un conocido y éste a su vez a otro hasta completar la entrega final. Después del envío de cada mensaje, los emisores debían al mismo tiempo remitir a los investigadores un registro sobre la

relación que guardaban con el receptor. Entre la serie de categorías a elegir se hallaban amigo y conocido, a las que Granovetter relaciona respectivamente con lazos fuertes y débiles. Al final, el experimento demostró que se requieren 6 personas (como media) para conectar con el receptor final²⁷. Aportes recientes como los que proponen Duncan Watts (@duncanjwatts) y Jure Leskovec (@jure) (2008), éste último en el terreno de la comunicación digital y la manipulación de millones de datos, ha sido inspirados por los estudios pioneros de Milgram.

En el contexto de la búsqueda de empleo, los *vínculos débiles* cobran vital importancia estratégica. De una muestra aleatoria Granovetter (2000) preguntó a los residentes de un suburbio de Boston que consiguieron un nuevo empleo a través de la mediación de contactos, con qué frecuencia les veían durante el periodo donde les proporcionaron la información que los condujo a la obtención del puesto de trabajo. El hallazgo de la investigación, ilustrado por la idea que alude el título “la fuerza de los vínculos débiles”, demostró que contrario a la percepción natural, las personas con las que uno se relaciona de forma más débil, es decir conocidos, personas que se reúnen en situaciones esporádicas o estratégicas, son quienes funcionan como puente comunicativo, *"todos los puentes son vínculos débiles"* (pág. 44), en la transmisión de información novedosa o sobresaliente, distinta a la que se recibe por los círculos sociales con los que se tiene un contacto frecuente. Los vínculos débiles se mueven en círculos sociales distintos a los propios, por lo que disponen de información y una red de contactos distantes con los que ya se cuenta, elementos esenciales en la búsqueda de nuevas oportunidades de empleo y movilidad social. El resultado del estudio reveló que la mayoría de las personas encontró trabajo gracias a la información proporcionada por *conocidos* con los que tenían poco contacto. Dicho de otra manera, los vínculos fuertes entre personas (por ejemplo familiares y amigos) son una suerte de

²⁷ La idea de que todo el planeta se encuentra interconectado por una media de seis personas resulta hasta cierto punto reconfortante y esperanzador. Sin embargo, Judith Smilg Kleinfeld de la Universidad de Alaska Fairbanks al escarbar en las notas originales del experimento de Milgram encontró que el 95% de las cartas enviadas nunca llegaron al destinatario final. A este respecto ella afirma: *"La idea agradable de que vivimos en un 'pequeño mundo' donde la gente está conectada por 'seis grados de separación' puede ser el equivalente académico de un mito urbano... Nos gusta la idea de seis grados de separación porque hace que el mundo se sienta más íntimo. Pero hay obstáculos —como la raza y la clase— que en ocasiones marcan la separación real y profunda"*. Visto en *Sociología Contemporánea* (blog), “Mensajería instantánea y conectividad a escala planetaria”, 11 de agosto de 2008 <http://bit.ly/1nDM3s7> [Consultado el 29 de enero de 2016].

circuito delimitado, endógeno, que impide la formación de nuevos vínculos y la entrada de información relevante o innovadora proveniente de círculos lejanos.

La perspectiva granovetteriana tiene la virtud de considerar la conexión de la escala individual con la dimensión global; se sitúa a un nivel meso de análisis social. Los vínculos débiles cumplen la función de unir a miembros de diferentes grupos e integrarlos en círculos sociales o nuevas comunidades, lo que se traduce en oportunidades de movilidad social. Por otro lado, la relación entre lazos fuertes tiende a concentrar a los individuos en grupos particulares y altamente cohesionados (la familia, los amigos) dificultando la diversificación de contactos.

La naturaleza de los vínculos en Twitter

En esta investigación el principio sobre la ponderación de la naturaleza de las vinculaciones (fuertes o débiles) que propone Granovetter deberá considerarse en razón de los atributos o las características socio-académicas de los usuarios implicados en la plataforma: la adscripción institucional, la posición académica, los temas de investigación en común, la colaboración, la publicación de artículos a cuatro manos. Como ya se ha advertido, el punto de partida consiste en la suscripción entre usuarios en Twitter, el vínculo primario que une a los usuarios (de forma directa o indirecta) y el cual genera la sospecha, la taladrante incertidumbre, de que hay algo más que la simple participación común en una plataforma digital. En un primer acercamiento la suscripción entre usuarios será tomada como una vinculación de tipo *débil* ya que este dato originario no aporta información suficiente sobre la trascendencia del link digital pero sí indica un tipo de relación (efectiva o potencial) en común. El revestimiento de los usuarios con los atributos socio-académicos pondrá en creciente relieve a la vinculación digital; cumplirá la función de contextualizar el juego informal y anecdótico del tuit en un escenario de participación profesional con, cabe subrayar, jerarquía y dinámica académicas. Por otra parte, considerar a una vinculación de tipo *fuerte* estará relacionada directamente con la participación académica efectiva, esto es, con la colaboración entre usuarios implicados en un producto de investigación.

Finalmente cabe señalar una limitación en el análisis propuesto. Al tomar la teoría de los vínculos débiles como herramienta de análisis uno se pregunta dónde queda la idea de la importancia o la

fuerza de los vínculos lejanos o débiles como cuando Granovetter lo demostró a propósito de los contactos que tienen poca comunicación y que son centrales en la búsqueda de empleo debido a la posición que estos ocupan en círculos sociales lejanos. Esta investigación no persigue ese objetivo. Esas vetas de incertidumbre quedarán abiertas para pesquisas ulteriores. Aquí sólo se tenderá a señalar la intensidad o la naturaleza de los vínculos (débil o fuerte) hallados en la plataforma digital.

La visualización de la red. De la intuición al cálculo

En la ciudad de Königsberg del siglo XVIII, antes parte de la Prusia oriental —hoy Kaliningrado, Rusia— era conocido entre los lugareños un juego o acertijo que al mismo tiempo representaba un reto matemático. La geografía de Königsberg era peculiar: el río Pregolya dividía a la ciudad en una región central de tierra firme y en cuatro islas. Toda la ciudad se conectaba por siete puentes. El juego, popular en la época, cuentan, consistía en cruzar por los siete puentes sólo una vez; dicho de otro modo, recorrer la ciudad sin caminar por el mismo puente dos veces.

Hacia 1736 un matemático suizo de nombre Leonard Euler resolvió el juego con un método inusual: propuso mirar el mapa de la ciudad de otro modo. Remplazó a la región principal de tierra firme y a las islas por puntos; mientras que a los puentes los representó como líneas. De tal suerte que con la representación abstracta de la ciudad ahora resultaba con mayor facilidad coger un bolígrafo y papel y trazar el camino por cada uno de los puntos sin pasar de nuevo por las líneas dibujadas. La respuesta de Euler fue contundente: no es posible recorrer todos los puentes una sola vez. Esta inhabitual forma de representación a partir de puntos y líneas sentó los cimientos para el desarrollo de la teoría de grafos como una rama de las matemáticas.

El principio de representar de forma visual las distancias a partir de puntos y líneas también encuentra una aplicación práctica en la vida cotidiana cuando los usuarios del metro en Londres observan, por ejemplo, el mapa de las paradas (tube map). Sin embargo, no siempre fue así. A inicios de los años treinta del siglo XXI la red de trenes se volvió tan intrincado, una maraña de líneas cruzadas entre sí, que los viajeros encontraban difícil la lectura de la ubicación de las paradas. El antiguo mapa consistía en una superposición de la red de trenes y las estaciones sobre

el mapa geográfico de Londres. Fue entonces que Henry Beck propuso sustituir la antigua cartografía, fiel a las distancias “reales”, por otro sistema de mayor abstracción basado en puntos unidos por líneas de 45 y 90 grados. A pesar de que la red de estaciones del metro (underground) nada tiene que ver con la distancia geográfica real, la visualización de los elementos (puntos) y los vínculos (líneas) dan como resultado una representación del *tube map* más legible para el viajero, la geografía versus la netography (Caldarelli & Catanzaro, 2012, págs. 27-28).

La visualización de grafos como parte nuclear en el análisis de redes sociales tuvo un desarrollo lento aunque progresivo; Freeman (2000) lo periodiza fundamentalmente en cinco etapas. (1) A principios de los años treinta del siglo XX las imágenes eran dibujadas a mano. Sin duda los tempranos trabajos de sociometría propuestos por Moreno son pioneros en este campo. (2) Al entrar la década de los años cincuenta comenzó a utilizarse precozmente el equipo computacional para la confección de diagramas compuestos por puntos y líneas. Investigadores como Bock, Husain y Proctor fueron los primeros en emplear el análisis computacional para localizar puntos a partir del análisis factorial. (3) En los setenta, los computadores llegaron a ser cada vez más accesibles. En este periodo cabe destacar el trabajo de Alba, Gutmann y Kadushin al diseñar SOCK, un sistema de análisis sociométrico que, mediante un plotter Stromberg-Datagraphix, era capaz de imprimir una imagen reticular resultante, por supuesto, del cálculo matemático. (4) En la siguiente década la revolución de la computadora personal estimuló a los investigadores a crear dibujos que podían mostrarse en pequeños monitores con imágenes a color; esto redujo notablemente la dependencia al plotter. (5) Finalmente, la invención de la World Wide Web en los años noventa posibilitó la explosión del desarrollo de software de visualización de redes producidas por cálculos y algoritmos matemáticos. La lista de programas informáticos nacidos en este periodo (moderno) es numerosa. Aquí sólo se aludirá a un par, mismos que son utilizados en esta investigación. Indudablemente uno de los que amerita mención es Pajek (araña en esloveno). Comenzó a ser desarrollado por los entonces universitarios Vladimir Batagelj y Andrej Mrvar hacia 1996 en Eslovenia. Pajek es de distribución gratuita aunque no de código abierto (open source), tal vez el único reproche que pueda dirigírsele.

En el primer decenio del siglo XXI la proliferación de datos provenientes de las plataformas digitales ha estimulado la creación de software especializado de análisis de redes sociales que

aplica al mismo tiempo el análisis del paradigma relacional con los datos provenientes de sitios de redes sociales como Twitter y Facebook. Este es el caso de NodeXL, un software manufacturado por el grupo consultor *Connected Action* y liderado por el sociólogo Marc Smith (@marc_smith). Como ya se apuntó en el anterior capítulo, este es el programa informático de cabecera, junto con Pajek, que fue utilizado en la recolección de datos y la visualización de redes.

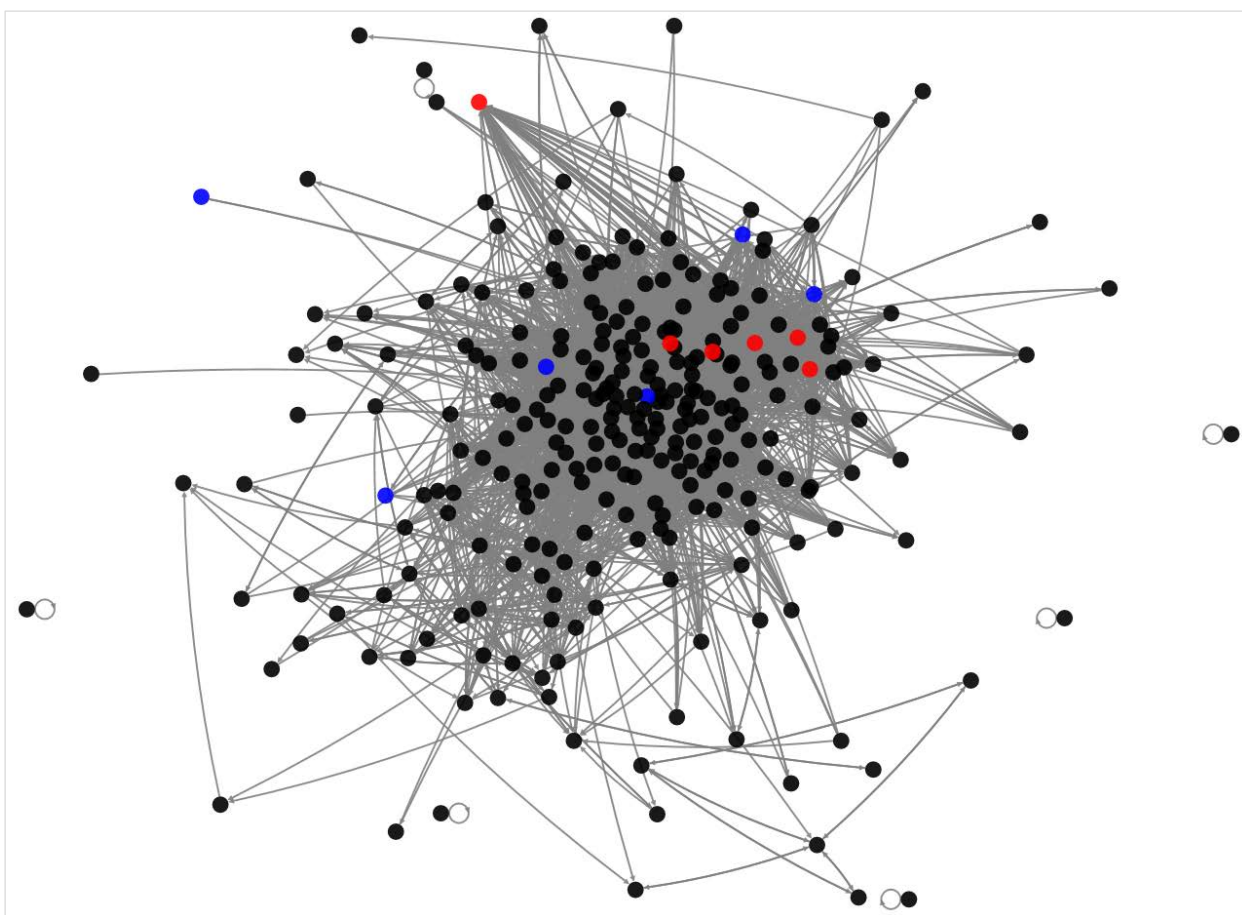
En el espíritu de las aplicaciones *online*, de los servicios en la web que no requieren instalarse en el ordenador, de los servicios en la nube (cloud), destaca SocioViz. Fue co-creado por el sociólogo italiano Alessandro Zonin (@AlessandroZonin) en 2015. Esta aplicación se ejecuta directamente desde cualquier navegador con acceso a internet. Sólo requiere las credenciales de una cuenta activa. Tras conectarse a Twitter, mediante la API (por sus siglas en inglés, Application Programming Interface, Interfaz de programación de aplicaciones), éste arroja los resultados de las consultas (query) solicitadas, los agrupa por criterios además de permitir la visualización de un grafo, cabe decir, estéticamente atractivo. Librerías de programación en lenguaje javascript como D3.js y Vis.js son otro ejemplo de la visualización de grafos dinámicos desde el navegador web que no obstante exigen al usuario el conocimiento de distintas competencias informáticas. No cabe duda que hasta el momento los servicios en la web representan uno de los métodos más prácticos en la visualización de redes desde los gigantescos grafos que Jacob L. Moreno dibujaba a mano, a la manera artesanal, en el principio de los tiempos.

La red completa

Resulta importante señalar que la primera visualización (Grafo 1) que se presenta sobre el universo exploratorio de los profesionales de la sociología —trazada con líneas que unen puntos (aristas y nodos, respectivamente)— es una radiografía de las posiciones y los nexos que ocupan los sociólogos como *usuarios* en la plataforma digital Twitter, un lienzo, resta advertir, todavía *sin referente socio-académico*. Este retrato de puntos y líneas, en aparente estado caótico e ilegible a simple vista, un avispero, es el resultado directo de la extracción de datos del universo exploratorio: 280 nodos (usuarios) y 7086 líneas (suscripción entre usuarios). En términos del

análisis de redes sociales esta representación se denomina red completa (whole network). Ésta tiende a privilegiar al conjunto total en lugar de un elemento en particular (Marin & Wellman, 2010, pág. 19). Incluye a todos los elementos involucrados en el análisis. En una puesta en escena teatral, la red completa consistiría en todas las actrices y los actores junto con los vínculos que guardan entre sí, por ejemplo si aparecen en la misma escena (los Capuleto con los Montesco; Romeo con Julieta) como Martin Grand Jean ilustró a propósito de las tragedias shakespearianas²⁸. En la investigación que aquí se propone, el conjunto total de 280 usuarios en tuiters y las suscripciones (seguidores / followers) entre los mismos representan a la red completa, a toda la compañía teatral de la puesta en escena. Por otra parte, la red egocéntrica (egocentric network) tiende a privilegiar a un solo elemento o nodo y el cual usualmente se denomina como ego (Marin & Wellman, 2010, pág. 20) donde, por ejemplo, el análisis estaría centrado en las vinculaciones de Julieta o, en el caso del universo exploratorio que nos compete, en uno de los tuiters, en la socióloga Lisa Wade (@lisawade).

²⁸ Martin Grand Jean (blog personal), “Network visualization: mapping Shakespeare’s tragedies” [23/12/ 2015]. <http://bit.ly/1PT32N4> [consultado el 3 de febrero de 2015]



GRAFO 1. Red completa. Representación visual de los nexos por suscripción entre profesionales de la sociología en Twitter. Se conforma de 280 usuarios o nodos (vértices) y 7086 líneas de vinculación o aristas. Este grafo es el resultado directo de la elección metodológica, de los criterios de recolección de datos que conformaron el universo exploratorio. El conjunto de nodos azul (London School of Economics and Political Science) y rojo (Universidad de Londres, Goldsmith) corresponden a los integrantes de las dos instituciones con mayor frecuencia de todo el grupo de usuarios. / Fuente: elaboración propia con NodeXL.

La visualización del conjunto de la red, la posición o coordenada de cada punto, fue asignada en función de una fuerza algorítmica de visualización denominada Fruchterman-Reingold. Ésta agrupa a los elementos por la similitud conectiva en la estructura reticular (Jung & Ruíz León, 2015). Este algoritmo repele fuera del centro a los nodos con menor equivalencia estructural, cual campo magnético, y atrae hacia el centro a los usuarios con conexiones similares. Al observarla de forma intuitiva se percibe una concentración de nodos o puntos en el núcleo, otros con menor conectividad y, en algunos casos, elementos desconectados por completo; dicho de otra forma, usuarios que ocupan posiciones céntricas, periféricas y hasta marginales. Como se constatará más

adelante, cada posición o punto en el espacio topográfico guarda una relación significativa con el perfil socio-profesional.

Debe apuntarse que la red completa expresada en el Grafo 1 avizora al conjunto de usuarios que serán analizados en apartados posteriores como dos grupos de subredes. Los puntos de color rojo (Universidad de Londres, Goldsmith) y azul (London School of Economics and Political Science) fueron señalados de forma manual y representan a los integrantes de dos de las instituciones académicas con mayor recurrencia en el universo exploratorio, dos instituciones en las que centraremos la atención.

Finalmente una última precisión. Desde la perspectiva del análisis de redes sociales (ARS) se denomina a una red de *un modo* (mode) o múltiples modos según el tipo de entidad que ésta considere en el análisis. Por ejemplo, la relación que existe entre alumnos y profesores resulta de un modo ya que la entidad social corresponde a un único grupo de actores involucrados entre sí, en este caso personas. Esta red de un solo modo puede derivar en otra de dos modos al considerar otro tipo de relaciones que los miembros tienen en común con *otras entidades* (Marin & Wellman, 2010, pág. 20). La relación que guardan los alumnos y los profesores con los libros de texto o con las instituciones educativas, por ejemplo. Las redes de dos modos estudian actores que tienen una distinta naturaleza. En el caso del análisis de redes de los sociólogos usuarios de la plataforma digital Twitter se hablará de una *red de un modo* ya que se analizará exclusivamente la relación que estos guardan entre sí y no con ninguna otra entidad.

The Londoners. Subredes por adscripción institucional

La primera representación a nivel grupal que se presenta en las siguientes páginas fue elegida tras obedecer el criterio de *mayor frecuencia por registro institucional* con el que dispone el universo exploratorio, esto es, la mayor cantidad de usuarios que se encuentran adscritos a una institución académica en específico. Como ya pudo entreverse en el primer capítulo, las dos instituciones que presentan el mayor número de usuarios en la plataforma digital Twitter son los miembros de la Universidad de Londres, Goldsmith, y los sociólogos de la London School of Economics and Political Science (LSE), los representantes de la sociología inglesa de corte londinense (The

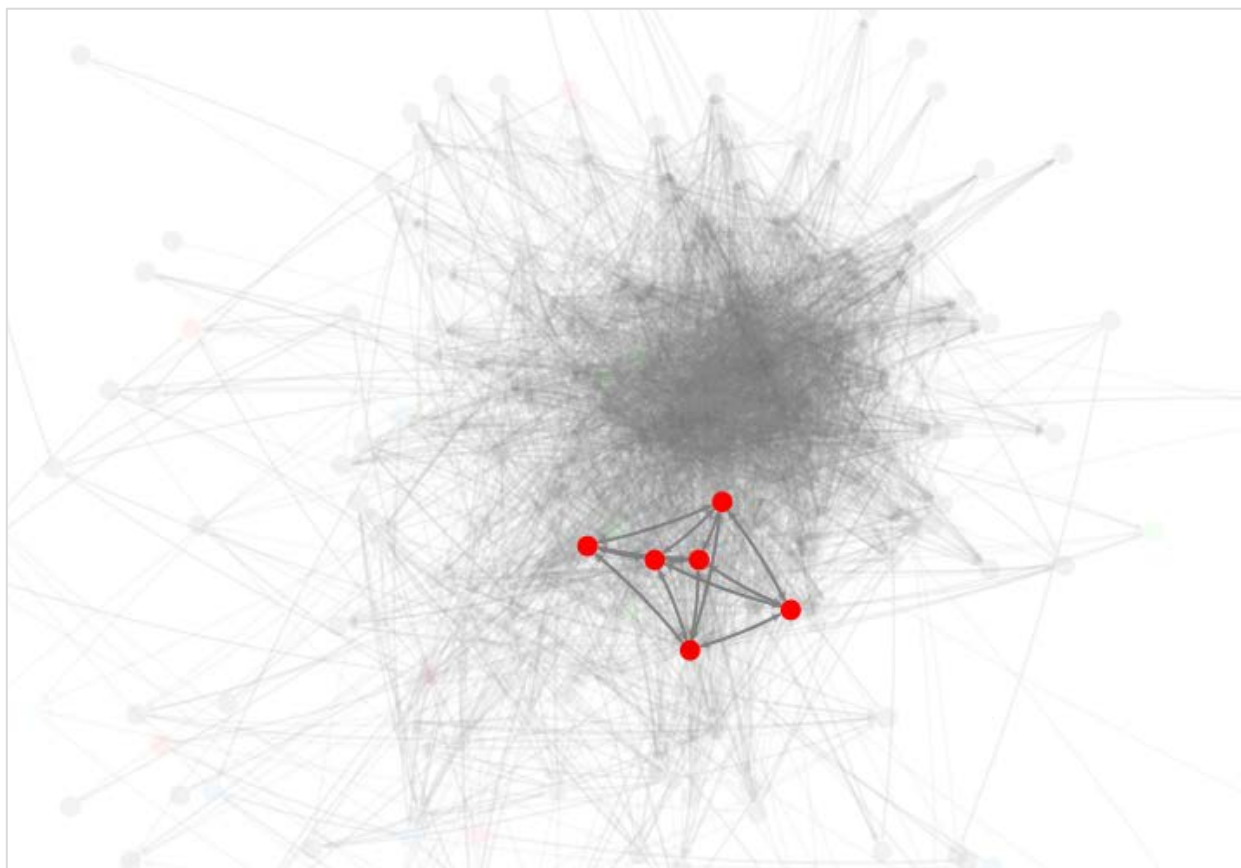
londoners) con seis miembros por cada institución. De tal forma que los integrantes de ambas instituciones son los candidatos al análisis reticular. Los dos grupos son consistentes en razón de una presencia digital en la plataforma Twitter: los usuarios de ambas instituciones constan de perfiles activos y un ritmo de publicación constante. Debido a que ambos conjuntos de usuarios son heterogéneos resultará obligado aplicar distintas propiedades estructurales y atributos con el fin de destacar características específicas de cada grupo. Primero, en el caso de los profesionales de la sociología de Goldsmith, el análisis se realizará por etapas, en una suerte de escudriñamiento por niveles de agregación: de la simple suscripción de usuarios en la plataforma digital a la identificación de la colaboración académica. Las características o los atributos de los usuarios son los elementos que se emplearán para cumplir con este objetivo. Luego, con respecto a los tuiteros de la London School, se aplicarán las medidas de centralidad como son el grado nodal (input/output) y la intermediación, a fin de detectar el lugar que ocupa cada usuario dentro del conjunto de esa red en particular.

El grupo de Goldsmith

En el *Grafo 2* se observa a un conjunto de seis sociólogos representados por puntos rojos (nodos o vértices) que indican una adscripción en común a la Universidad de Londres, Goldsmith. Al fondo se percibe una figura difuminada que corresponde a la red completa del universo exploratorio (*Grafo 1*) vista al principio. Mostrar la red completa en un plano secundario cumple el fin de situar el lugar o relevancia que ocupan, de forma individual o colectiva, los sociólogos de Goldsmith con relación al conjunto completo de los usuarios en la plataforma. La región céntrica de la red completa indica el mayor grado de fuerza de atracción relacional, el núcleo de importancia medido en razón de las vinculaciones que poseen los usuarios, es decir, el número de sociólogos que se encuentran suscritos a la lista de contactos de un usuario en particular.

Por otra parte, la serie de líneas (aristas) indican un tipo de vinculación entre los miembros de la red de sociología en Twitter. En términos de la dinámica de la plataforma digital, las líneas denotan, como ya se ha reiterado, que un usuario está suscrito a la cuenta de otro (un seguidor o *follower*) y viceversa. En la red de los 140 caracteres las vinculaciones (suscripciones) se

establecen con independencia de la voluntad del usuario, no es necesario enviar una solicitud de aceptación para acceder a la información que publica un usuario en particular, a diferencia de Facebook donde se requiere la autorización de quien recibe la petición de aceptación para establecer una relación de “amistad”.



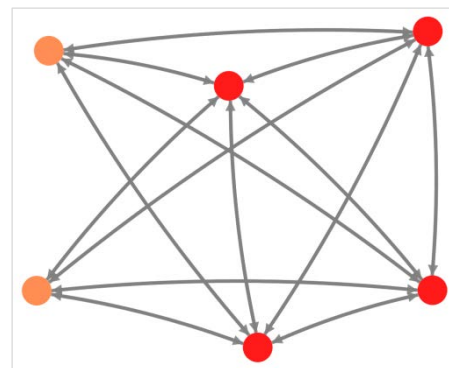
GRAFO 2. Detalle de la visualización panorámica de la subred de los profesionales de la sociología (n=6) con adscripción a la Universidad de Londres, Goldsmith. / Fuente: elaboración propia con NodeXL

Los datos que se presentan a partir de las vinculaciones de los sociólogos en Twitter son de tipo dirigido, es decir, llevan una carga de intencionalidad. En el lenguaje de redes se les clasifica como redes asimétricas o dirigidas, en donde la dirección de la intención puede ir de un actor a otro y también de un modo recíproco (Marin & Wellman, 2010, pág. 20). Por citar un contraejemplo, la constitución de las relaciones de parentesco no admiten una condición de

intencionalidad: la madre tiene un hijo, y éste tiene una madre, sin importar la voluntad de cada uno.

No todos los tuiteros son iguales

Al visualizar la subred a detalle (*Grafo 3*), se distingue con mayor precisión el sentido en dos direcciones de los nexos. La dirección que apuntan los arcos o flechas al final de las aristas indica lazos de tipo bidireccional, con excepción de 2 miembros (nodos anaranjados) inconexos de forma directa pero conectados indirectamente desde otros 4 caminos probables. En el lenguaje del ARS los nodos anaranjados se encuentran conectados a una distancia dos respecto uno del otro, esto es, se requieren dos caminos para interconectarse, en este caso por mediación de otro nodo. Ésta fue la principal razón de distinguirlos con una distinta tonalidad cromática del resto de los cuatro nodos restantes.



GRAFO 3. Subred (detalle) de los profesionales de la sociología con adscripción a la Universidad de Londres, Goldsmith. / Fuente: elaboración propia con NodeXL

Este es un grafo de tipo *conexo* en el que prima la reciprocidad comunicativa: todos los miembros —de forma directa o por rutas indirectas— reciben la información o los recursos que emite el conjunto de profesionales de la sociología con adscripción a la Universidad de Londres, Goldsmith, una de las instituciones que presenta mayor frecuencia en el universo exploratorio.

Aparte de tener en común una adscripción institucional y, claro está, la proximidad que implica compartir un espacio físico, las oficinas del Departamento de Sociología de la Universidad de Londres, Goldsmith, destaca el hecho de que el grupo de sociólogas²⁹ (5 de los 6 casos son mujeres) también se encuentra interconectado en la plataforma Twitter. En un primer

²⁹ Como se ha advertido en múltiples ocasiones, éste es un estudio fundamentado en un universo exploratorio. Esto puede entrecerarse cuando al rastrear la plantilla *oficial* de sociólogos que laboran en el Departamento de Sociología de la Universidad de Londres, Goldsmith, se contabilizan un total de 47 miembros. Esta investigación sólo cuenta con 6 casos, un fragmento de la población total.

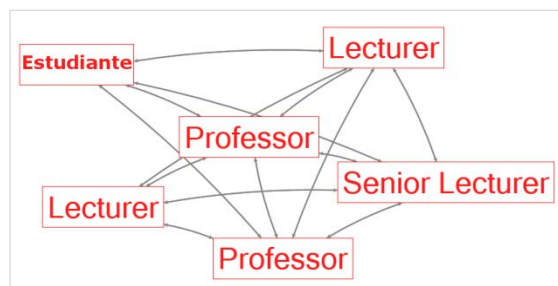
acercamiento, la visualización de esta subred, como se constata, permite inferir una probable *alianza* o amistad intelectual, un probable “colegio invisible”, latente en la red digital y que es coherente con los vínculos académicos que se adquieren previamente por la pertenencia a una adscripción institucional. Resulta lógico que al ingresar a una plataforma de este tipo la primera elección es buscar a los colegas próximos y más aún con los que se comparten temas de investigación o intereses profesionales. No es una sorpresa que en este medio informal la configuración de vinculaciones entre sociólogas y sociólogos guarda una relación próxima con los lazos que se tejen en la institución oficial. Resta averiguar si la adscripción a una institución en común puede aportar mayor conocimiento sobre las vinculaciones expuestas en la red digital.

La pertenencia a una institución académica (Goldsmith), tal y como reveló el *Grafo 3*, es un elemento que ayuda a explicar la influencia o fuerza de atracción a la hora en que los académicos establecen vínculos *recíprocos* en la red Twitter, lo que cabría interpretar como un acto o un gesto de cortesía ocasionado por el sentido de pertenencia a la institución. A este tenor, el sentido de pertenencia a un cuerpo de especialistas en un área del conocimiento en común crea una vinculación sustentado por un sistema de creencias y recursos informativos que viajan en la red tal y como Borgatti sugiere cuando cataloga a los tipos de vínculos usualmente estudiados en el análisis de redes sociales (Borgatti, Mehra, Brass, & Labianca, 2009).

El trazo de esta vinculación en ambas direcciones, no obstante, no aporta mayor conocimiento acerca de la *naturaleza de los lazos* entre los miembros de la plantilla académica. Aún más, este ejemplo podría conducir a un malentendido sobre la homogeneidad de los usuarios que conforman la red, la igualdad entre los miembros, cuando ésta sólo se limita a indicar una relación de pertenencia o familiaridad entre entidades, en este caso la suscripción recíproca a la plataforma Twitter. De tal suerte que se debe dar un paso y contextualizar las vinculaciones con los atributos o características socio-profesionales de los miembros de la red.

Revistiendo los nodos. Cargo o posición

Las relaciones asimétricas u “horizontales” visualizadas en el grafo anterior cobran mayor sentido cuando se asignan a los actores los atributos que les corresponden fuera del ámbito digital, en este caso, las posiciones o los cargos que ocupan en la escala académica, en otras palabras, los atributos investidos de rango, de autoridad, de privilegios y de obligaciones en la vida profesional. En el *Grafo 4* se han sustituido



GRAFO 4. Subred (detalle) de los profesionales de la sociología en la Universidad de Londres, Goldsmith, según la posición o cargo que ocupan en el Departamento de Sociología. / Fuente: elaboración propia con NodeXL

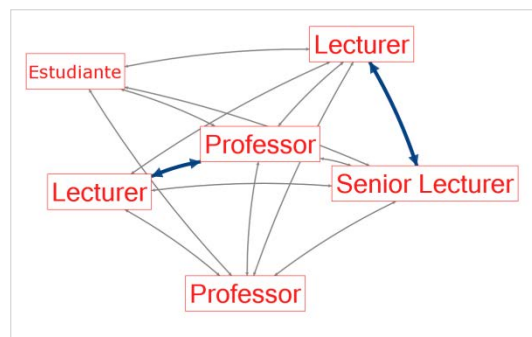
los nodos o puntos (sociólogas usuarias de la red Twitter) por los cargos académicos que ocupan en Goldsmith. Enunciados en orden jerárquico, se observan 2 puestos de *Professor*, 1 *Senior Lecturer*, 2 *Lecturer*, y una estudiante de doctorado.

En el conjunto de los casos, sólo las posiciones de *Professor* y *Senior Lecturer* tienen asegurado un lugar definitivo en la institución. Esta distinción de rango traza una barrera o crea lazos en el círculo social del gremio académico al condicionar el tipo de relación que un miembro podría guardar con otro. El cargo de *Lecturer*, con respecto a un estudiante de doctorado, aventaja un importante trecho en la carrera por la obtención de un contrato laboral en una institución académica. Aunque todavía debe someterse a un periodo de prueba, el *Lecturer* ya se considera como parte oficial de la plantilla laboral.

La fuerza de los vínculos. Colaboración académica

La colaboración entre colegas sin duda es un indicador contundente acerca del grado de vinculación entre académicos de un campo de estudio. Este pacto de amistad intelectual —el cual no sólo implica compartir una visión similar de los presupuestos epistemológicos que envuelven a una disciplina, sino, en algunos casos, la visión misma del mundo— es un tipo particular de nexo que se descubrió entre los integrantes de Goldsmith con participación en la plataforma Twitter.

Al observar el *Grafo 5* se destaca una relación de coparticipación académica entre dos miembros del *staff* de Goldsmith, la cual se indica visualmente por el énfasis o ensanchamiento de las aristas. La colaboración, la participación en un producto de investigación, tiene lugar entre pares con distintos grados académicos (Professor/ Lecturer; Senior Lecturer/ Lecturer). Este nexo académico permite referirlo como una *vinculación fuerte*, en el sentido enunciado por Mark Granovetter (2000). Adjetivar



GRAFO 5. Fortaleza de la vinculación. El énfasis en las aristas destaca la colaboración entre 2 pares de integrantes (Professor/ Lecturer; Senior Lecturer/ Lecturer). / Fuente: elaboración propia con NodeXL

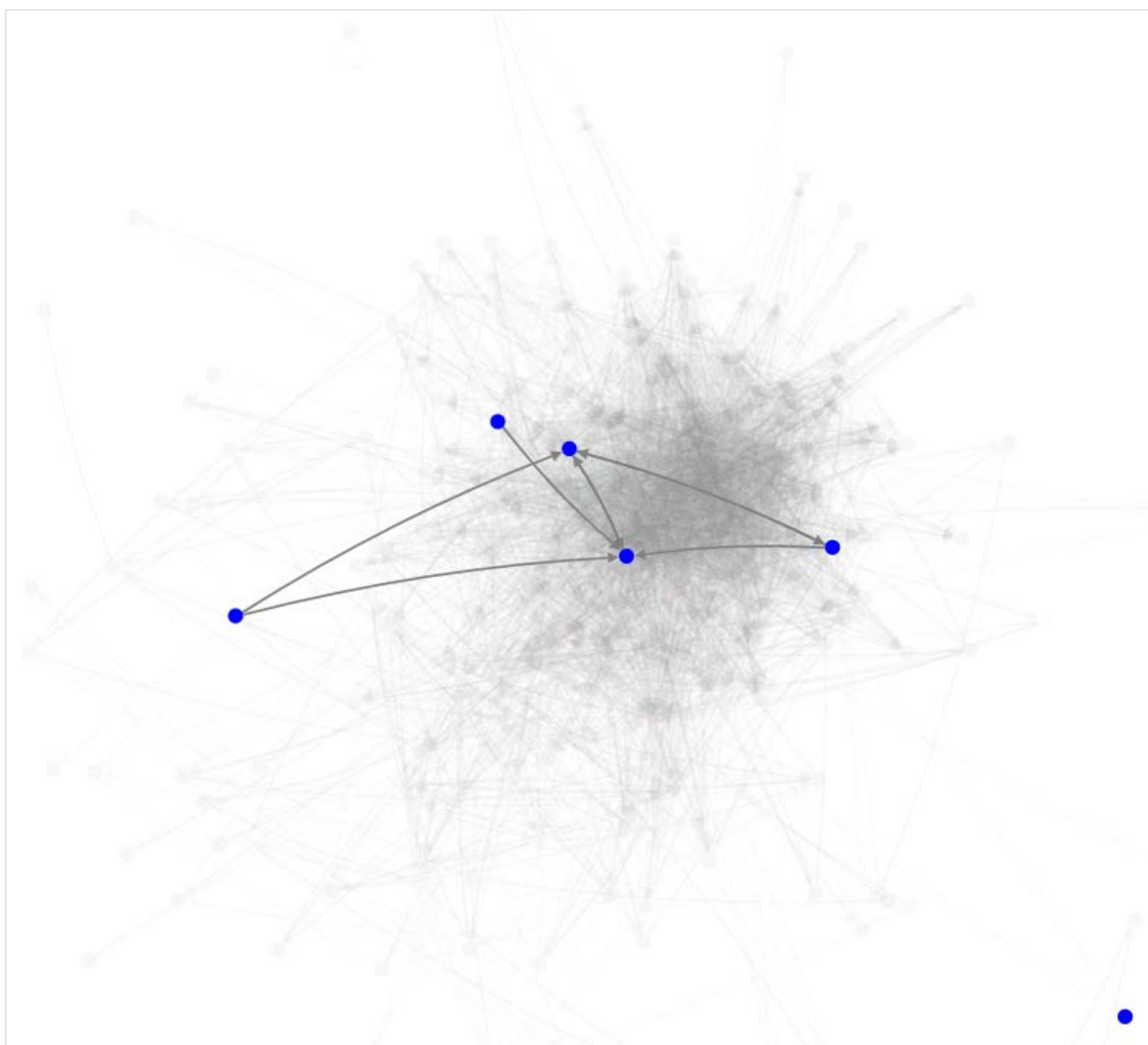
metodológicamente la intensidad de las vinculaciones entre los usuarios de la plataforma digital permite distinguir una “llana vinculación digital” (una suscripción mutua en Twitter) de otra que ocurre más allá de la comunicación entre colegas mediada por dispositivos electrónicos. Ambos pares de profesionistas de la sociología han publicado artículos académicos en revistas como la *British Journal of Sociology*, la *International Journal of Urban and Regional Research* y *Sociology*, según mostraron un par de consultas en Google Académico y en el repositorio bibliográfico que facilita el sitio electrónico del Departamento de Sociología en Goldsmith.³⁰

El grupo de la London School (LSE)

La configuración de la subred de integrantes de la London School of Economics and Political Science (LSE) con participación en la plataforma Twitter muestra una configuración distinta de la que se observó entre los colegas de Goldsmith, una subred interconectada entre todos sus miembros y en la que se detectó una *efectiva* colaboración académica, un rastro de la trascendencia del vínculo digital. A vista de pájaro, el conjunto de usuarios de la LSE también se

³⁰ Las colaboraciones en cuestión: Michaela Benson (Senior Lecturer) y Emma Jackson (Lecturer). "Place-making and place maintenance: Performativity, place and belonging among the middle classes." *Sociology* 47.4 (2013): 793-809. Emma Jackson (Lecturer) y Michaela Benson (Senior Lecturer). "Neither 'Deepest, Darkest Peckham' nor 'Run-of-the-Mill' East Dulwich: The Middle Classes and their 'Others' in an Inner-London Neighbourhood." *International Journal of Urban and Regional Research* 38.4 (2014): 1195-1210. Por otra parte, Beverley Skeggs (Professor) y Vik Loveday (Lecturer). "Struggles for value: value practices, injustice, judgment, affect and the idea of class." *The British journal of sociology* 63.3 (2012): 472-490.

conforma de 6 usuarios (3 mujeres y 3 hombres), tal y como se expone en el lienzo de la representación en red luego de ejecutar el algoritmo de visualización Fruchterman-Reingold (Grafo 6).



GRAFO 6. Grupo de profesionales de la sociología (n=6) con adscripción a la London School of Economics and Political Science (LSE). Algoritmo de visualización Fruchterman-Reingold. / Fuente: elaboración propia con NodeXL

Los integrantes de la LSE se encuentran significativamente alejados uno con respecto de otro, esto es, la configuración de contactos de la que dispone cada usuario por cuenta propia guarda poca similitud. Tienen pocos “amigos” en común. Un grupo disperso en el que no sólo se dibuja la posición central que ocupa un nodo entre el resto de los cinco integrantes, sino al mismo tiempo el lugar protagónico (el ombligo de la red) que ocupa en la *red completa*; la superposición en segundo plano permite entreverlo. En contraste, en la parte inferior derecha, se localiza un nodo aislado o marginal del conjunto de los colegas de la misma institución. La topografía de los usuarios en el grafo es el resultado directo de las vinculaciones al interior de la plataforma digital pero, al mismo tiempo, como se constató en el ejemplo anterior, deben considerarse en relación con el rol que juegan en la institución académica.

Actores centrales

Contrario al grupo de Goldsmith, en esta subred las vinculaciones o suscripciones recíprocas se cumplen sólo en dos casos. El conocimiento mutuo, cara a cara, o la probable inferencia de una alianza profesional apunta a tres usuarios en particular: el nodo *craigjcalhoun-pardoguerra* y el par *samfriedmansoc-pardoguerra*. Tal y como se ha argumentado atrás, la vinculación recíproca es un tipo de indicador que genera la sospecha sobre un probable vínculo que trasciende los lazos digitales al interior de la plataforma Twitter y sobre el que se debe prestar atención.

En un *tweet* fechado el 14 de junio de 2015 <http://bit.ly/1NamCFR> puede observarse la comunicación, simbólica, claro está, carente de contenido académico y típico en el intercambio laxo de mensajes en la plataforma digital, entre *pardoguerra-craigjcalhoun-samfriedmansoc* cuando el primero, el nodo *advenedizo*³¹, publica “*I am kept awake by the ridiculous (and slightly immoral) price of his watches*” como una respuesta al mensaje de Calhoun “*Cartier's billionaire boss kept awake by fear of robot workers and poor uprising ...*” <http://bit.ly/1BeT87H>”.

³¹ De ciudadanía mexicana, físico de formación por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), y con un doctorado en Science and Technology Studies en la Universidad de Edinburgo, Escocia, ocupa en la actualidad el cargo de *Assistant Professor* en el Departamento de Sociología de la LSE.

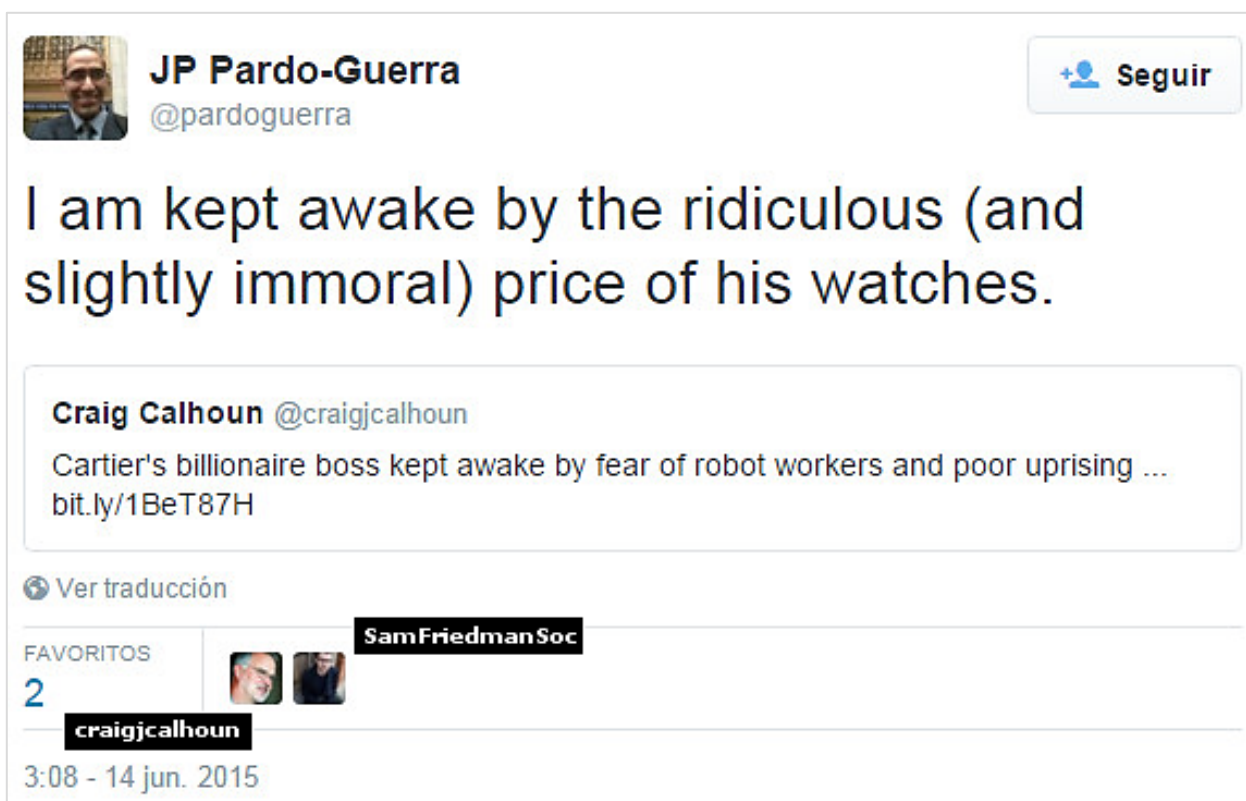
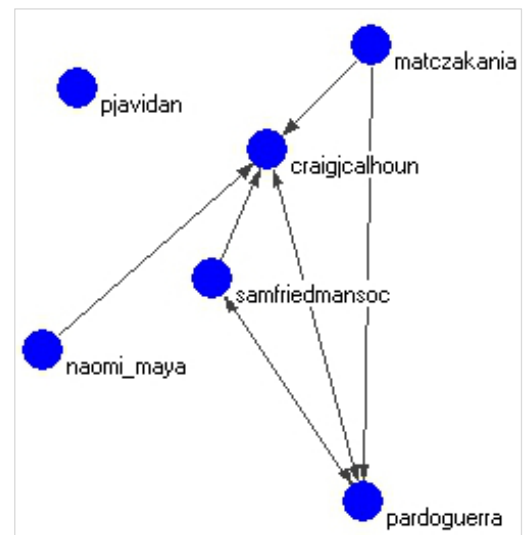


Ilustración 4. Captura de pantalla del micromensaje en el que se detecta la intervención de los usuarios @pardoguerra, @craigjcalhoun y @SamFriedmanSoc.

Por otra parte, como se percibe en el Grafo 7³², ésta es una subred en la que no todos los elementos que la conforman están interconectados: al menos un usuario no tiene acceso al circuito de información. Al asignar los atributos correspondientes a la posición que ocupan los usuarios dentro de la institución se tiene que la socióloga @pjavidan es una estudiante de doctorado *sin conexión* con alguno de los miembros en esta red por lo que cabe caracterizarla como un nodo marginal, aislado de los recursos que sustenta la red. Luego le siguen @naomi_maya, candidata a la obtención del PhD; y @matczakania, quien también se encuentra realizando estudios de doctorado.

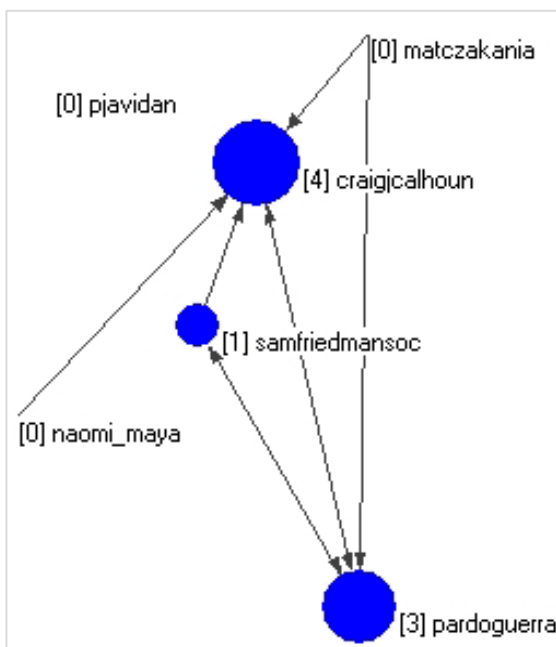
³² En este apartado tanto los cálculos de centralidad como la manufactura de los grafos fueron construidos con Pajek, uno de los paquetes de culto y de distribución gratuita, junto con UNICET, más utilizados en el ARS. Comenzó a ser desarrollado en 1996 por Vladimir Batagelj y Andrej Mrvar en la Universidad de Ljubljana, Eslovenia.

Las tres integrantes, en estado protodocctoral y que no presentan vinculación directa en común, tienen el valor más bajo de grado nodal (entrada / *input*) en la LSE, es decir, el menor número de vinculaciones que apuntan a sus redes personales. En consecuencia, la triada de sociólogos conformada por @craigjcalhoun, @pardoguerra y @samfriedmansoc ocupan las posiciones de mayor centralidad, ponderación calculada de igual modo por el número de vínculos entrantes (entrada / *input*) a sus redes personales.

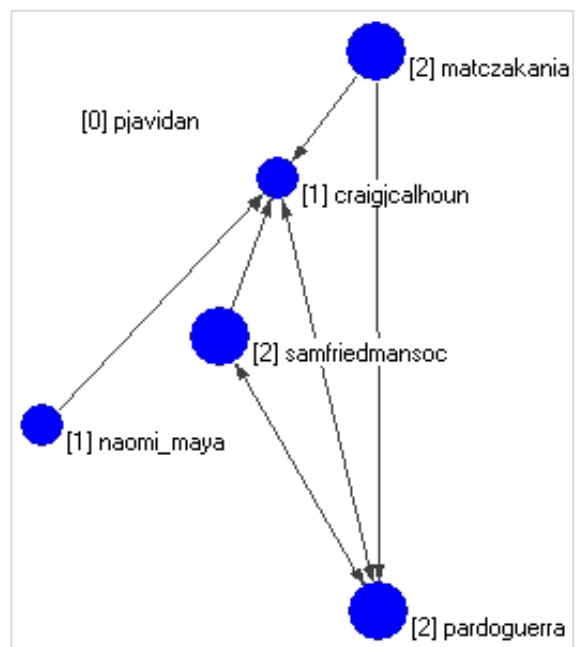


GRAFO 7. Subred (detalle) de los profesionales de la sociología con adscripción a la London School of Economics and Political Science (n=6). / Fuente: elaboración propia con Pajek.

Al continuar con el análisis y enfocar la atención en el Grafo 8, se observa que el nodo más relevante, la supuesta autoridad en la materia, e indicado por el máximo valor numérico entre corchetes y el evidente incremento de volumen del nodo, tiene cuatro vínculos entrantes; luego le sigue @pardoguerra con 3 vínculos; y al final @samfriedmansoc con sólo un vínculo. Cabe mencionar que los sociólogos con valor nodal tres y uno ocupan la posición de *Assistant Professor*, cargo temporal, en el Departamento de Sociología de la LSE. Por otro lado, el cálculo de grado nodal por vínculos salientes (output), expresado en el Grafo 9, indica entre corchetes el número de usuarios con los que interesa conectar: @matczakania, @samfriedmansoc y @pardoguerra vinculan cada uno con dos usuarios; @craigjcalhoun y @naomi_maya con uno; mientras que @pjavidan continúa en una posición de aislamiento sin ninguna conexión.



GRAFO 9. Grado nodal (input). Vínculos entrantes (seguidores o followers), suscripción a la red personal de un usuario sociólogo con adscripción a la LSE. El aumento en el volumen del nodo indica el mayor número de vínculos entrantes. / Fuente: elaboración propia con Pajek.



GRAFO 9. Grado nodal (output). Vínculos salientes (sociólogos a quien sigue o followed). El aumento en el volumen del nodo indica el mayor número de vínculos salientes. / Fuente: elaboración propia con Pajek.

Luego de observar los grafos 8 y 9 destaca sin lugar a dudas la posición que ocupa el nodo @craigjcalhoun en la red de la LSE. Es un nodo que escapa al promedio de conectividad de un usuario en la red completa. Mientras que un usuario promedio de la plataforma digital cuenta con 25.3 vínculos entrantes (input), el usuario @craigjcalhoun, en el extremo, computa un total de 144 vínculos entrantes (input), es decir, 144 profesionales de la sociología se encuentran suscritos a su cuenta de usuario. De tal forma que cabe preguntarse quién es este usuario. ¿Por qué es el centro de gravedad que atrae la atención de los tuiteros?

Craig Calhoun ocupa la dirección de la LSE desde 2012, luego de terminar su cargo como también director en la *Social Science Research Council* (SSRC), una organización estadounidense fundada en 1923 y que tiene por misión apoyar con becas de investigación (fellowships) a jóvenes investigadores. Esta institución ha visto pasar entre sus filas a personajes

de renombre en el ámbito de las ciencias sociales como John Kenneth Galbraith, Seymour Martin Lipset y Margaret Mead. Figuras de la política del calibre de Condoleezza Rice han sido miembros de la junta directiva. En fin, el prestigio de la institución que se refleja con esplendor en la cartera de personalidades que han subvencionado, coloca a Calhoun en el centro de un círculo social del gremio de las ciencias sociales. Con todo y la luz de los reflectores del rol administrativo apuntándole, este personaje cuenta con una consolidada trayectoria académica con un no menor reconocimiento internacional. Sin duda estas credenciales confieren una ventaja a la hora de atraer la atención en la plataforma digital entre los iniciados y la generación añeja en el gremio sociológico internacional. El efecto de los beneficios cuasi automáticos de la popularidad evoca la idea del “efecto San Mateo” señalada por Merton en el ámbito de la sociología de la ciencia, un misterioso patrón de comportamiento psicosocial que otorga mayor reconocimiento —es decir recompensas (premios, presupuestos, laboratorios)— a científicos eminentes que a científicos desconocidos por las mismas contribuciones a la ciencia. La idea es una evidente evocación a un pasaje bíblico del Evangelio según San Mateo y que podría sintetizarse en la siguiente frase: a los que tienen se les dará más; y a los que no tienen todavía se les quitará más (Bunge, 2002). En Twitter este efecto se acciona cuando un usuario de renombre en la vida pública expone la identidad digital en la red.

Calhoun no sólo es el personaje con mayor reconocimiento en el conjunto de usuarios de la LSE (4 vínculos entrantes de 5 posibles) sino de todo el universo exploratorio. En el conjunto de la *red completa* el nodo @craigjcalhoun se encuentra en la red personal de 144 sociólogos, poco más de la mitad del conjunto exploratorio. Éste es el usuario con mayor grado nodal (*input*) al considerar las vinculaciones que apuntan a su cuenta en la plataforma. En contraste, al observar los vínculos salientes (*output*), se tiene que en la lista de contactos de Craig Calhoun, acotada por pertenencia institucional, sólo dispone de un vínculo recíproco (Grafo 7), mientras que a nivel de la red completa sólo le importa conectar con 38 usuarios. La desproporción entre vínculos *input/output* sugiere afirmar, en este particular, que la trayectoria consolidada de un sociólogo maduro que obtuvo el doctorado en 1980, no reclama construir o ampliar una red de comunicación personal en una plataforma informal. La cartera de contactos se solidifica, se

vuelve más hermética con el tiempo; la elección de los mismos pasa por un mayor número de filtros donde, como muestran los datos, la plataforma digital resulta irrelevante.

La red no es lo que aparenta

Luego de presentar la red de los profesionales de la sociología londinense en la plataforma Twitter y aplicar el cálculo de centralidad desde la perspectiva de grado nodal, resta dar cuenta de otra propiedad estructural. La vinculación entre los usuarios y el rol que juegan en la red cobra una distinta lectura cuando se escala el nivel de agregación reticular y se aplican medidas de análisis complementarias que muestran el lugar central que ocupan los usuarios: primero, como *protagonistas*; luego, como *mediadores* en la red. Por consiguiente, en este apartado se presentan un par de grafos que amalgaman en una misma a la subred de Goldsmith y la LSE, un grafo que integra a los doce miembros de la disciplina sociológica con sede en Londres.

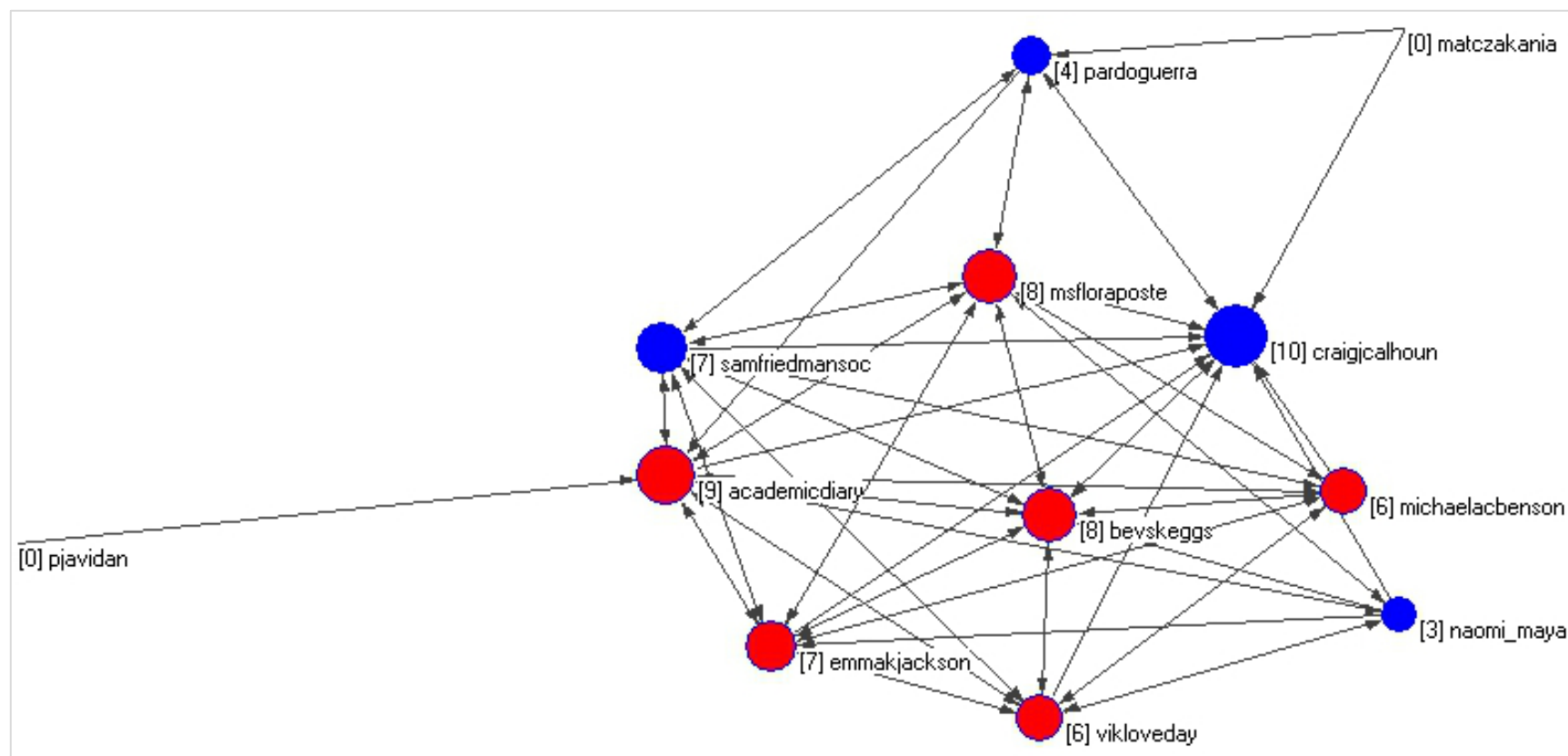
En el primer caso, destaca la importancia del nodo @craigjcalhoun con un grado nodal 10 (*input*). En el mundo *offline* este personaje central, como se repite, ocupa en la actualidad el puesto de director de la LSE, sin duda una posición que le suma reconocimiento mediático fuera de sus dominios administrativos y con independencia de la trayectoria académica que ya le precede. Los integrantes de ambas sedes londinenses, con excepción de un nodo, saben de la existencia de @craigjcalhoun, el nodo cosmopolita, nómbrese así; sin embargo, Craig Calhoun sólo corresponde la vinculación recíproca con tres usuarios: @bevскеggs (*Professor* en Goldsmith), @msfloraposte (estudiante en Goldsmith) y, como se anotó en el apartado precedente, @pardoguerra (*Assistant Professor* en la LSE).

Los nodos con valor nodal cero (*input*), @pjavidan y @matczakania de la LSE, trazados en el Grafo 10, continúan ubicados en las antípodas de la marginalidad tal y como se constató en el grafo anterior donde sólo se consideraron a los 6 miembros de la LSE. La fusión de ambos grafos no cambió sustancialmente la distribución de vinculaciones entre estos elementos.

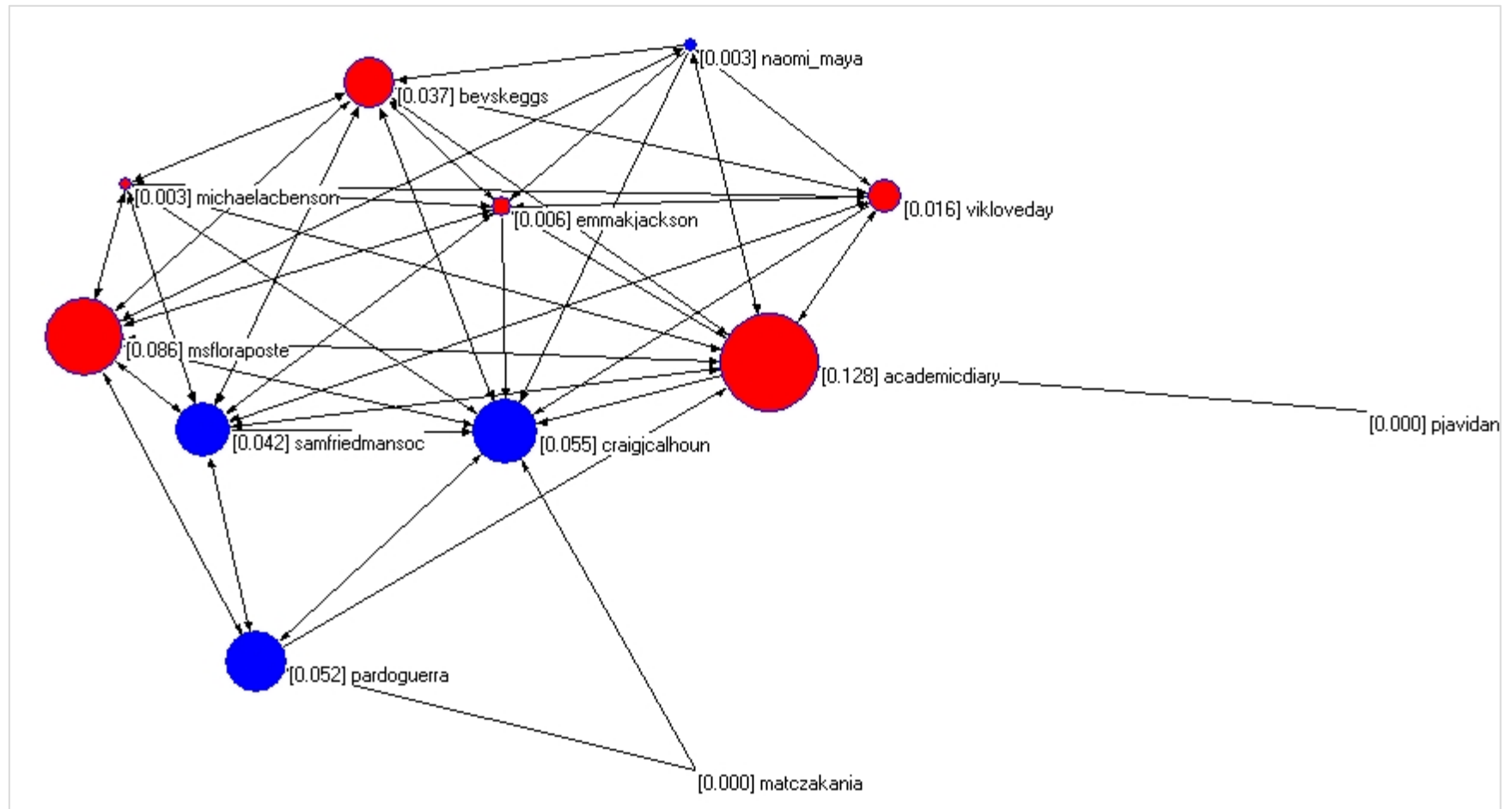
Al aplicar la medida de centralidad por *intermediación* (Grafo 11) se tiene que entre los sociólogos ingleses (n=12), el nodo cosmopolita (@craigjcalhoun), el usuario que goza de más

popularidad en el gremio sociológico, no es el de mayor relevancia al momento de tender los puentes comunicativos. A diferencia del grado nodal (*input*), propiedad que coloca en el altar a los usuarios por su popularidad entre los miembros de la cofradía, la intermediación es un indicador de importancia un tanto subrepticio, difícil de encontrar a simple vista y que aporta, sin duda, una perspectiva complementaria a la hora de conocer cómo se distribuyen los recursos y quienes son los proveedores o puentes por su posición en la red.

La usuaria desconectada del conjunto de la red de la LSE, al que cabría denominar como nodo marginal (@pjavidan), es conectado por el nodo puente (@academicdiary) que dispone del valor de intermediación más alto y que se indica por el notable incremento de volumen del mismo. Cabe señalar que éste no pertenece a la misma institución de adscripción que @pjavidan pero ambos son parte del engranaje de la sociología londinense. Aunque la correspondencia entre el nodo marginal y el nodo puente no es recíproca (la dirección del arco solo apunta en un sentido), el nodo marginal (ahora no del todo) puede acceder al flujo de información que proviene de @academicdiary, a los temas de interés de otros círculos académicos, un *vínculo débil* con referencia a la pertenencia institucional de @pjavidan. Resulta lógico pensar que los colegas de la misma institución (vínculos fuertes) de adscripción, del mismo departamento académico, son los candidatos propensos a proveer los recursos, la información, los contactos, entre pares. La lectura de la centralidad que asigna el cálculo por grado nodal (quién tiene más seguidores en la lista de contactos) corre el riesgo de interpretarse de forma contundente si no se contrasta con otras propiedades del análisis estructural de la red. La propiedad central por intermediación (*betweenness*) radica en la importancia de los participantes de la red en tender puentes que conectan al conjunto de la red, es decir, el usuario que posibilita la integración con otros usuarios, el usuario benévolo que en potencia construye los enlaces trans-institucionales cuando se trata de conseguir el acceso al mercado de favores: los contactos o la información necesarios para la obtención de una posición académica, el contacto con un editor, la aprobación de una estancia de investigación o la información precisa al conseguir un puesto de trabajo como demostró Granovetter.



GRAFO 10. *Grado nodal (input).* Grupo de los profesionales de la sociología (n=12) con adscripción a la Universidad de Londres, Goldsmith (rojo) y la London School of Economics and Political Science (azul). Algoritmo de visualización Kamada-Kawai (free). / Fuente: elaboración propia con Pajek



GRAFO 11. *Intermediación* (n=12). Grupo de los profesionales de la sociología con adscripción a la Universidad de Londres, Goldsmith (rojo) y la London School of Economics and Political Science (azul). Algoritmo de visualización Kamada-Kawai (free). / Fuente: laboración propia con Pajek

La fractura lingüística

Trazar los cruces entre los sociólogos en la red digital pudo constatar que la pertenencia institucional es una variable significativa cuando se trata de develar relaciones de colaboración académica en la plataforma digital. Operar las variables con los distintos niveles de agregación de la red resulta esclarecedor cuando se intenta explicar el origen de las vinculaciones en la plataforma. En este tenor, el idioma es una variable a considerar a la hora de detectar vínculos entre los sociólogos situados en un espacio digital de alcance multilingüístico (Eleta & Golbeck, 2014).

No se discute que el mercado de producción científica obliga a consumir y producir la literatura que proviene de la lengua hegemónica, en este caso la inglesa. Pero qué ocurre cuando no sólo se trata de estar al día con las publicaciones del medio, de las novedades teóricas recién salidas del horno, sino de colaborar con colegas de otras instituciones, de socializar entre pares, de establecer vínculos en la plataforma digital, de publicar para tribus extranjeras (“*si no publicas en inglés nadie te va a leer*”, aconseja la vox populi). Además de una temática intelectual en común o el culto por un autor, el uso de una *lingua franca* entre dos científicos de distinto origen lingüístico es una condición mínima necesaria, a veces desapercibida, al establecer un tipo de vinculación entre pares más o menos duradero. Hasta entre los músicos, quienes con frecuencia se jactan de entenderse con el sólo lenguaje de la música, un lenguaje universal, afirman, resulta imperativo emplear un puente lingüístico para llevar a buen término la interpretación, el ensayo, previo al concierto.

Al momento de dibujar los vínculos entre los profesionales de la sociología sobre el grafo sobresale una tendencia, claro está, a relacionarse entre miembros de la misma cofradía institucional, con colegas que comparten un bagaje de conocimiento sociológico, una dialéctica del entendimiento mutuo antes posibilitada por una condición elemental: el uso de una lengua en común. Esta característica, intrínseca de la comunicación humana, figura con singular claridad en el universo académico al comparar usuarios que proceden de instituciones geográficamente distantes, de dos familias lingüísticas diferentes, por ejemplo, el inglés y el castellano.

La visualización plasmada en el Grafo 12 divide en el bloque superior al grupo lingüístico inglés (n=19) conformado por los representantes de la sociología londinense (Europa) y la sociología estadounidense (América). Por otro lado, bloque inferior, el grafo incluye al conjunto hispanoparlante de la sociología (n=21) localizados en los continentes americano y europeo. Cada conjunto de nodos fue agrupado en islas multicolores con la intención de distinguir el origen institucional.

El grafo sitúa en primer plano la figura del nodo Calhoun (18 vínculos entrantes por 4 vínculos salientes), limítrofe a los hemisferios norte y sur, quien no corresponde la vinculación con ninguno de los sociólogos del conjunto hispanoparlante (n=21). De la subred agrupada por idioma, sin considerar al grupo *The Londoners*, caso explorado con detenimiento en el apartado precedente, @craigjcalhoun apenas retribuye la vinculación con @asociologist, un nodo del conjunto de la Universidad de Michigan conocido entre la agrupación de sociólogos londinenses. Al mismo tiempo, y desde otro ángulo, ningún integrante de la red hispanoparlante sabe de la existencia de los once nodos londinenses y los siete estadounidenses. Una vez más el *nodo cosmopolita* es el eslabón que enlaza al grupo de sociólogos hispanoparlante con el bloque inglés.

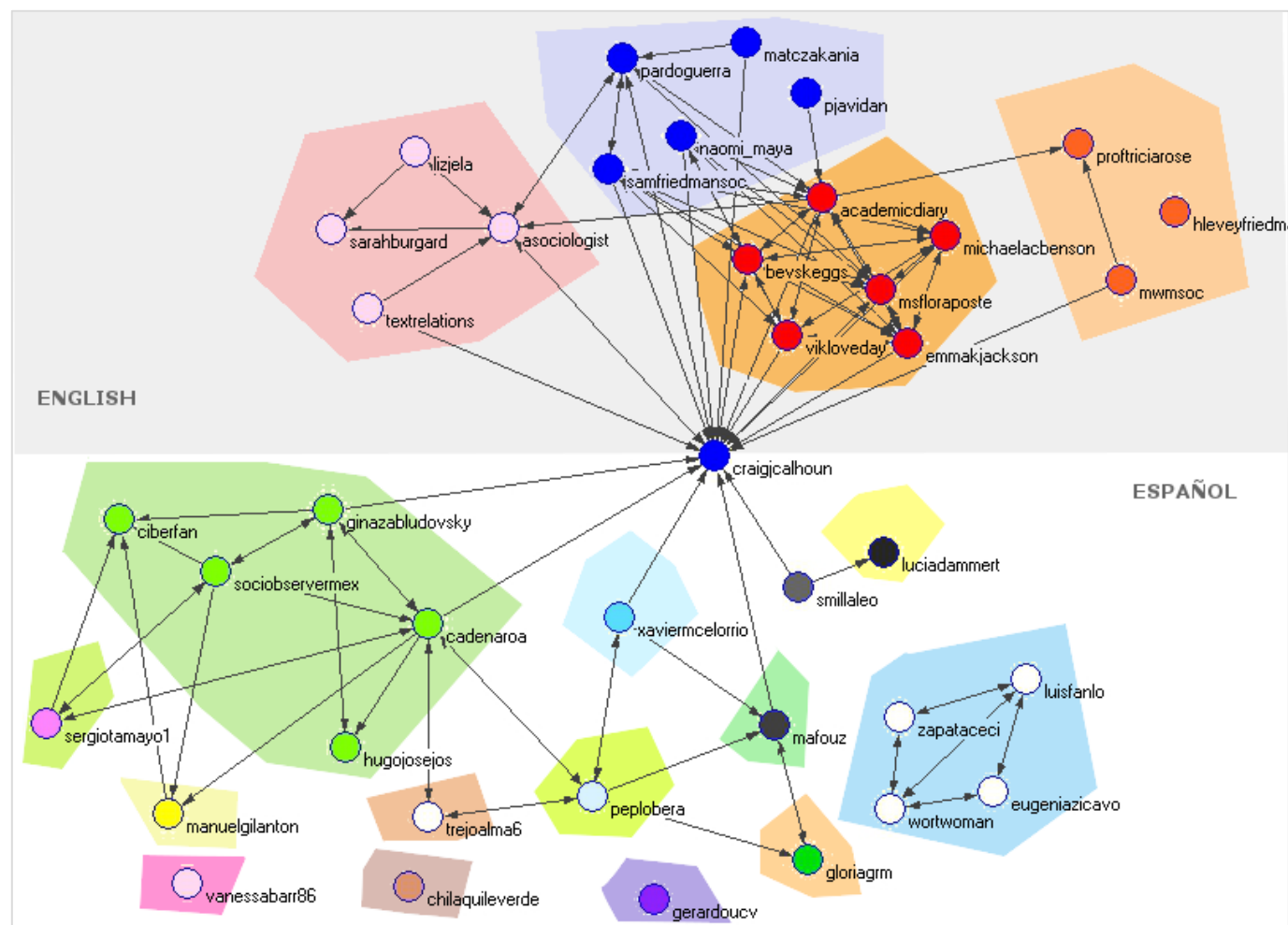
GRUPO HISPANOPARLANTE	
<i>España</i>	Universidad da Coruña, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad de Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, Universidad de Valencia, Universidad de Alicante, Universitat Oberta de Catalunya, Universidad de Salamanca
<i>México</i>	UNAM, El Colegio de México, UAM-A
<i>Argentina</i>	Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad de Santiago del Estero
<i>Chile</i>	Universidad de Chile, Universidad de Santiago de Chile
<i>Venezuela</i>	Universidad Metropolitana

GRUPO ANGLÓFONO	
<i>Inglaterra</i>	Universidad de Londres, Goldsmith, London School of Economics and Political Science
<i>EUA</i>	Brown University Universidad de Michigan

Poner a prueba la variable idioma, objetivo de este apartado, entre dos familias lingüísticas permite visibilizar una fractura o un condicionamiento comunicativo entre los usuarios del universo exploratorio, esto es, una homología en las vinculaciones. El registro de datos admite una combinatoria analítica entre lenguas como el francés o el alemán y demás asociaciones lingüísticas con la que se dispone; sin embargo, optar por el inglés y el español derivó de la frecuencia de usuarios al formar consistentes agrupaciones institucionales.³³

Resta indagar si la movilidad académica, los estudios profesionales en un país distinto al de origen, actividades que preceden a la “estabilidad profesional” y que se presentan como credenciales de peso al postular una posición académica, son factores que contribuyen a la vinculación efectiva o potencial entre sociólogos fuera de las fronteras locales. La travesía curricular, resulta evidente, se traduce en un recurso lingüístico —a veces heredado y en otras ocasiones forjado por uno mismo— que amplía la cota de recursos y contactos, impronta que se plasma, incluso, en una cosmopolita lista de contactos en la plataforma Twitter.

³³ Al prestar atención en el ejemplo propuesto y centrar la mirada en el bloque sur, usuarios hispanoparlantes en el continente americano, las dos instituciones con mayor frecuencia de usuarios (UNAM y UBA, islas verde claro y azul celeste), *no tienen vinculación* al considerar el idioma como una fuerza de atracción entre usuarios. La ausencia de lazos entre usuarios del mismo grupo lingüístico conduce a formular otra hipótesis que no se contempla en esta investigación.



GRAFO 12. Subred por idioma: español/ inglés (n=40). Arriba (parte sombreada), una proporción del grupo de usuarios angloparlante (n=19) conformado por The Londoners (Goldsmith y LSE) y dos instituciones de los Estados Unidos de América: Brown University y la Universidad de Michigan. Abajo, la subred hispanoparlante (n=21). Ésta se integra por sociólogos procedentes de instituciones académicas de México, España, Argentina, Chile y Venezuela. En la impresión de este grafo no se aplicó ningún algoritmo de visualización. La ubicación de cada nodo se realizó de forma manual con el objetivo de destacar en primer plano la función intermediadora que cumple el nodo cosmopolita. / Fuente: elaboración propia con Pajek y The Gimp.

Colofón. Henry Oldenburg, un políglota y diplomático entre científicos

Tal vez con un aire anacrónico pero con un fin ilustrativo, cabe señalar a modo de colofón en este apartado que la competencia lingüística en el proceso de comunicación entre científicos es una cuestión vieja como la ciencia misma. Nada de extraño tiene que la comunicación entre científicos es una suerte de saber relacionarse entre pares, de conocer las reglas protocolares al establecer vínculos, a veces de una fuerte carga afectiva, con otros colegas sobre todo cuando estos se encuentran en latitudes lejanas. Saber tocar y cerrar las puertas. Por decirlo de otro modo, la comunicación entre científicos se sirve del arte de las relaciones públicas. Al tiempo que sabio en la materia, un científico renombrado también es un diplomático eficaz. ¿Pero qué sucede cuando se trata de comunicar entre colegas que no hablan el mismo idioma? Sin lugar a dudas el asunto demanda la participación de un interlocutor, de un intermediario o traductor en el proceso de comunicación.

El rol que Henry Oldenburg fungió como secretario de la Royal Society de Londres durante el periodo de 1662-1667 es un caso excepcional, arquetípico, al hablar de puente lingüístico en la comunicación científica. Sin tener una formación científica, teólogo de formación, Oldenburg fue interlocutor entre científicos de peso, extranjeros y nacionales, en aquella época. Para utilizar la imagen del análisis de redes, una suerte de nodo intermediador que daba a conocer los descubrimientos y las controversias científicas entre pares a través de la correspondencia epistolar, el medio de comunicación por excelencia en esos días.

Mucho antes de la aparición de *Philosophical Transactions* en 1665, el primer espacio impreso en Europa en el que se publicaron de forma periódica noticias y artículos de índole científica, es decir, bajo la forma de revista científica con una estructura y procedimientos formales de publicación, el secretario de la Royal Society tuvo el mérito de organizar la correspondencia que él mismo entablaba con los científicos notables (se sabe de los casos de Hobbes y Spinoza, por ejemplo). Oldenburg no fue un simple repositorio o receptáculo de información; por contrario, éste participaba activamente al decidir a quién comunicar determinados hechos científicos y descubrimientos; dictaminaba el tipo de información que era pertinente difundir. Allí es donde radicaba el arte de la comunicación. Oldenburg fungía como curador de información científica.

Con frecuencia fue un intermediario entre dos científicos que trabajaban en líneas similares de investigación (Boas Hall, 1965, pág. 286). Todos sabían que las cartas dirigidas a Oldenburg eran una forma de publicación, con lo que también se esperaba que éste las mostrara a las personas apropiadas (*Ídem*, 287).

Aunado al talento de las relaciones sociales, al buen ojo, a tener un dominio e intuición de las cuestiones científicas que se trataban en las misivas, Henry Oldenburg era un *políglota consumado*. Dominaba cinco lenguas y en todas se desenvolvía con fluidez: del inglés al alemán, del francés al italiano y al latín, ésta última, en aquellos días, todavía era considerada como lengua culta y de significativa importancia en la comunicación de los estudios científicos. Este es, si acaso, el hecho de mayor importancia que interesa subrayar sobre el papel que desempeñó Oldenburg en el circuito de comunicación científica.

En la actualidad el dominio del inglés, el idioma de la ciencia, como lengua vehicular en la comunicación entre científicos y la adquisición de recursos del saber, asegura la acumulación de un capital actualizado de conocimientos. En el siglo XVII esto era impensable. Los centros de producción del saber estaban dispersos en distintas capitales europeas (Londres, París y Berlín, por ejemplo). De ahí que la figura de Oldenburg como intermediario, como “incitador y provocador” (*Ídem*, 289) entre los miembros de la Royal Society no puede pensarse sin el dominio de múltiples competencias lingüísticas. La comunicación informal, a través de medios epistolar o digital, extiende los límites del conocimiento cuando las barreras lingüísticas no suponen un problema.

III. UNA MIRADA A LA VIDA DEL ACADÉMICO [#lifeofanacademic](#)

“It's 1am. I just sent 9 chapters to my editor. 69,000 words so far, 4 chapters to go. I'm exhausted, but the light, the tunnel!”

— @lisawade

Después de observar la configuración de los vínculos de los usuarios, la visualización de las posiciones que ocupan determinados grupos centrales y periféricos en el entramado digital, surge una pregunta obligada, si acaso la de mayor peso al hablar de comunicación informal: ¿cuáles son los recursos, el flujo de información que circula por las tuberías de esta plataforma de comunicación? ¿Qué es lo que publica un usuario consagrado, un académico de peso y renombre en el campo de la sociología?

Este capítulo apuesta por dar cuenta de una evidencia comunicativa empaquetada en unidades de 140 caracteres: la exteriorización de un *ethos* académico a través de la práctica del *microblogging* o nanoblogueo, como se conoció en principio, de la captura y el análisis de las actualizaciones (*updates*), de la inmediatez y velocidad comunicativas entre pares.

El principal atractivo, la regla de juego que dicta la plataforma, consiste en la publicación de micromensajes limitados a 140 caracteres. Para unos, la longitud lingüística alcanza para expresar la frase precisa, el aforismo, el estado de ánimo y mental (en un género poético como el *haiku* dicha dosificación supondría un despilfarro). En cambio para otros, poco habituados a la nanocomunicación, la cortapisa resulta una métrica tirana y miserable, con la que no es posible entablar una apropiada comunicación. Sin embargo, para fines de este capítulo, la restricción del mensaje se convierte en una relativa ventaja al disponer de la información o mensaje precisos — un pensamiento o una idea sin accesorios lingüísticos— como unidad de análisis.

Los micromensajes constituyen una valiosa evidencia del proceso que conlleva la producción académica tras bambalinas, la exposición pública de la interiorización, “*la expresión de una tendencia a exponer a la mirada del otro rasgos de la identidad personal habitualmente*

reservados a un círculo cerrado de personas cercanas” (Cardon, 2008, pág. 4). El *timeline* (línea de tiempo donde se disponen en orden cronológico el conjunto de mensajes de los usuarios) como una bitácora de los eventos, minúsculos y mayores, de la vida cotidiana del profesional de la sociología, un rastro narrativo en prosa, a veces en verso, de la vida académica en una composición gramatical restringida a 140 caracteres.

Tres usuarios, tres momentos de la vida académica

Tras observar en el capítulo precedente la configuración de subredes que conforman los profesionales de la sociología y aplicar dos propiedades del análisis de centralidad (grado nodal e intermediación) se concluye que los usuarios elegidos para el análisis de contenido deben cumplir dos condiciones. En primer lugar, estos deben ocupar una posición central en la red, esto es, contar con una fuerza de conexión por encima de la media (25.3 vínculos entrantes). El cálculo de esta discriminación arroja como resultado un universo de 104 posibles usuarios.

La siguiente condición o criterio se guía por la edad académica de los usuarios, en otras palabras, por el año en que obtuvieron el grado de doctor. La aplicación de este filtro tiene el objetivo de *analizar* el uso diferenciado de la plataforma en tres momentos de la trayectoria profesional (principio generacional): juventud, madurez y plenitud. Así pues, del universo exploratorio reducido a los participantes con mayor grado nodal (*input*), 104 usuarios, sólo se eligieron a tres usuarios, tres caras de la disciplina sociológica, tres perfiles de usuario para la inspección del micro contenido que emana de sus cuentas personales en la red.

Seguir este criterio de selección, claro está, arroja como resultado un perfil peculiar acorde al principio generacional. Cada usuario cumple un rol y ocupa una posición en la jerarquía de la institución (dos académicas y una administrativa): *Associate Professor*, *Centenary Research Professor* y *Director*. En el plano geográfico, estos se encuentran alejados a una distancia continental: radican en Inglaterra, EUA y Australia (Europa, América y Oceanía). Con respecto al usuario con mayor experiencia (título de doctor recibido en 1980), quienes le siguen obtuvieron el grado doctoral exactamente con trece años de diferencia: 1993 y 2006. Al interior

de la plataforma sólo dos (el usuario joven y el de mayor experiencia) tienen conocimiento mutuo, vínculos recíprocos, de su existencia en la red digital.

La recuperación de la evidencia

La extracción de micromensajes se efectuó con NodeXL, paquete informático de cabecera, junto con Pajek, con el que asimismo, en una etapa temprana de la investigación, se obtuvieron los datos relativos a las cuentas de usuario y a la vinculación entre estos. Debido a una limitación del software y las restricciones que impone la plataforma Twitter sobre la petición de datos, pero más aún a una elección metodológica, sólo se extrajeron tres conjuntos, cada uno compuesto de un *dataset* de 200 mensajes o *tweets* por usuario (Gráfico 11). Desde la perspectiva de esta investigación, las tres series de micromensajes son suficientes para cumplir con el objetivo de análisis de contenido ya que se procedió a analizar el conjunto total de los 600 *tweets*. Dicha elección va en contra de la tendencia académica centrada en Twitter de analizar el contenido que por lo general procede de la recolección de miles y miles de datos (Holmberg & Thelwall, 2014) (Priem & Costello, 2010) para luego reducirla a un conjunto menor y manipulable mediante el procedimiento de una elección aleatoria de mensajes. Esta investigación apuesta por tomar otro camino —un análisis de contenido a pequeña escala— uno que procede a recolectar una proporción sobria de micromensajes de tres usuarios con un perfil específico como evidencia o materia prima de lo que estos comunicaron en la plataforma digital durante un periodo de tiempo preciso.

Debido a la homogeneidad lingüística de los usuarios, los mensajes sólo se encuentran en idioma inglés. Sólo una competencia monolingüe se registró en el trío de usuarios, sólo la lengua materna les basta para el desarrollo de la actividad profesional. El día de captura de los datos fue el 17 de octubre de 2015, por lo que el umbral de referencia cronológico de las micropublicaciones debe considerarse anterior a tal fecha. En otras palabras, sólo se analizaron 200 micropensamientos por usuario publicados antes de la fecha de captura.

Cabe mencionar que tras utilizar el software de captura de mensajes, síntoma de la constante adaptación del capitalismo informacional, los términos de la política de uso cambiaron. Desde el

principio todas las funcionalidades de NodeXL fueron concebidas para emplearse de forma gratuita. Utilizar este software no representaba un costo monetario. Sin embargo, a partir del 12 de octubre los usuarios deben pagar una modalidad de licencia si quieren utilizar, por ejemplo, la funcionalidad que conecta la API (por sus siglas en inglés, Application Programming Interface, Interfaz de programación de aplicaciones) con las plataformas de redes digitales (Twitter, Facebook, Youtube y Flickr).

El método de análisis

El paso que siguió a la extracción de los micromensajes fue la confección de categorías de contenido. La diversidad de contenido obligó a manufacturar una tipología con el fin de orientar la búsqueda de un patrón o regularidad de la comunicación que circula por tres circuitos de la plataforma digital. Conviene remarcar que este capítulo apuesta por dar cuenta de un patrón de contenido que obedece en estricto sentido a un periodo específico de tiempo. Éste se circunscribe a la fecha de captura de los mensajes en cuya producción convergieron una serie de eventos o circunstancias (académicas y extra-académicas) por la que atravesaron los tres usuarios. Tal contingencia se encuentra plasmada en los micromensajes como evidencia, como una bitácora pública de las actividades del *every day*. Una recolección de datos enfocada en periodos de tiempo de mayor extensión, en diferentes momentos, y no necesariamente de una dimensión exorbitante, sin duda arrojaría un resultado diferente de la distribución que se observa en el Gráfico 11. Sin embargo, esta investigación sólo concentrará su atención en un conjunto de 600 mensajes anteriores al 17 de octubre de 2015, proporción y periodo suficientes en el establecimiento de una regularidad tipológica.

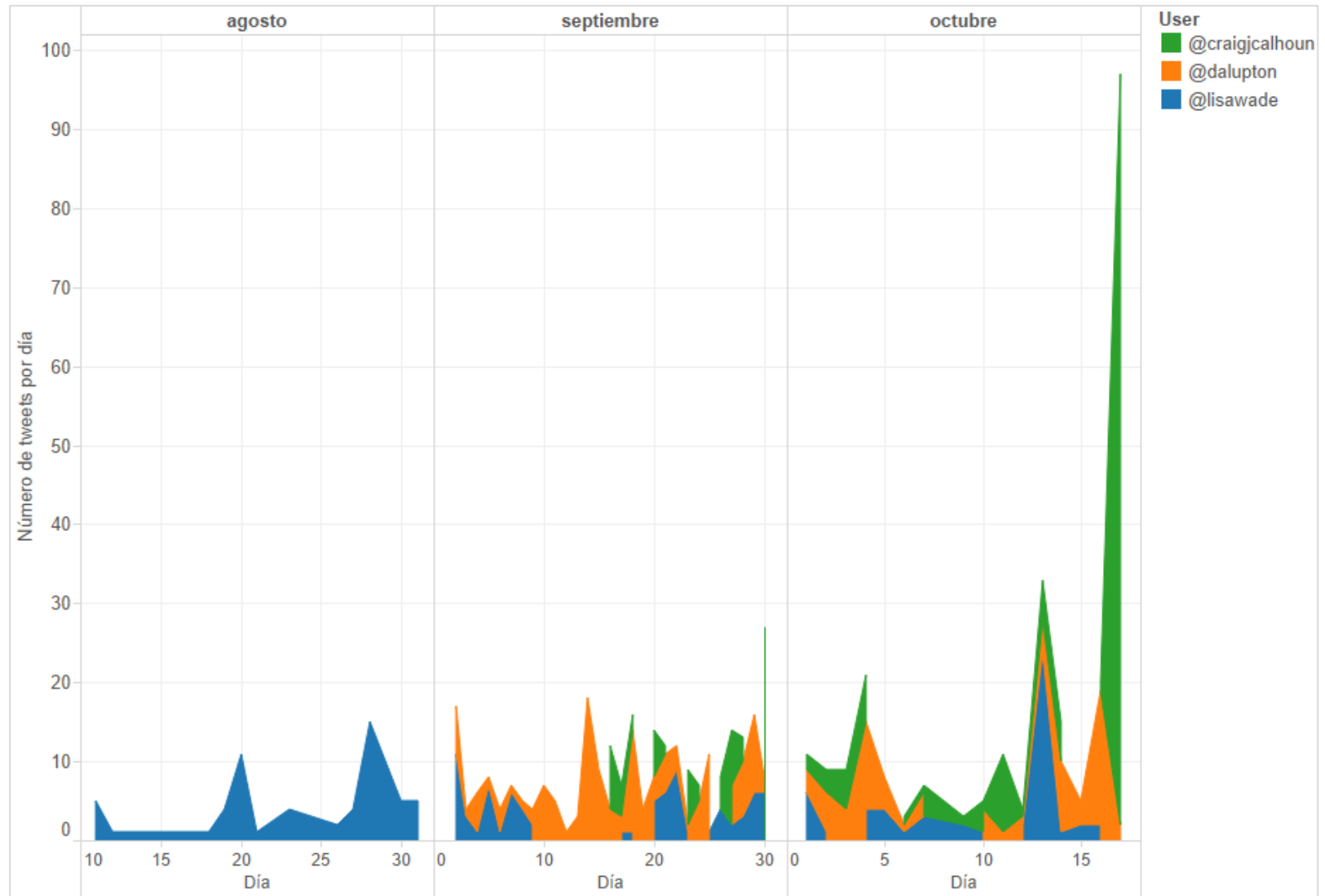


Gráfico 11. Distribución temporal de la serie de tres conjuntos de datos anteriores al 17 de octubre de 2015. Cada serie de datos cuenta con 200 micromensajes por usuario. En este gráfico puede entreverse la variación en el ritmo de publicación por usuario al tomar como referencia la fecha de recolección de los mensajes.

Al tratarse del recorte de una red de académicos de la disciplina sociológica, de usuarios en una etapa específica de la trayectoria de vida profesional, el tipo de contenido guarda una fuerte relación con el perfil profesional y las actividades vinculadas a ésta.

Una característica peculiar en el uso de la plataforma es que los usuarios alternan la publicación de mensajes de orden profesional con otros de cariz personal, de tal forma que la propuesta taxonómica de análisis de los *tweets* parte de dos rubros generales: el contenido académico y el contenido no académico. En primer lugar, los nanomensajes con carga académica que brotan por los canales de la plataforma presentan diversas características: tienden a promocionar eventos académicos; comparten el PDF; promueven el quehacer personal y el de colegas; funcionan como canales de conversación entre pares; e incluso expresan un estado de ánimo sobre la condición del trabajo académico. Cabe apuntar que con independencia del contenido, el mensaje suele presentarse en múltiples formatos multimedia incrustado en el mismo *tweet*: imagen, video (estático y *streaming*), texto (PDF), a modo de visualización de diapositivas (Power Point, Prezi, Slideshare) y, claro está, como *hiperlink*. Esta característica permite enriquecer el contenido un paso más allá de la textualidad plana de 140 caracteres.

En segundo término, la flexibilidad o laxitud de la plataforma digital, un espacio no auditado por el protocolo de la institución formal —aunque sí *vigilado* por la mirada panóptica de los colegas— ocasiona que además de los preciados recursos académicos que circulan en la línea cronológica o *timeline* de los usuarios, una porción considerable de las micropublicaciones no guarde relación directa con la actividad académica. La expresión de la opinión política, el enlace al artículo periodístico, la preocupación sobre las cosas cotidianas de la vida (“*porque no podemos permitir que lo obvio pase desapercibido*” sentenciaba @amfumero), son *tweets* presentes aun en los académicos de renombre.

Después de establecer las dos categorías generales de acuerdo a las propiedades del contenido (académico y no académico) éstas se dividieron a su vez en subcategorías. La publicación de evidencia académica ocupó siete esferas de contenido; mientras que los mensajes ajenos, de forma directa, a la actividad académica, fueron fraccionados en dos subsecciones. El siguiente

cuadro (Cuadro 1) sintetiza la tipología que se utilizó en el análisis de 600 micromensajes emitidos por tres representantes de la sociología antes del 17 de octubre de 2015.

CÓDIGO		DESCRIPCIÓN
CONTENIDO	Académico	
	A	Incluye enlace a un tipo de recurso académico: artículos y libros [PDF]. Convocatoria a publicar artículos (<i>Call for Papers</i> , CFP), investigación en curso (<i>working papers</i>). Promoción de puestos académicos
	A_ego	Autopromoción del trabajo académico
	A_alter	Promoción del trabajo y la actividad académicos de un colega
	EA	Promoción de eventos académicos. Futuros o “en vivo” (<i>hic et nunc</i>)
	P	Expresión personal de un estado de ánimo ligado a la actividad académica
	auto	Autorreferencial. El usuario hace una autoreferencia directa a su nombre de usuario. Vuelve a publicar o retuitea un mensaje sólo porque aparece una referencia a su nombre de usuario
	C	Conversación. Participación directa de un alter en la comunicación
	No académico	
	NA	No académico. Artículos de opinión. Sin relación directa como forma de autoproducción académica
	NA_pol	Contenido no académico con referente político. Opinión política

Cuadro 1. Tipología de análisis de contenido

Cada uno de los rubros académicos entrevé una concentración heterogénea de mensajes. En unos, la frecuencia de publicación abunda; en otros apenas está presente. Cada subcategoría sugiere un interés propio por promover un tema de interés, un recurso digital, el itinerario de una agenda académica ante la mirada de los colegas. El monitoreo de eventos académicos, la conversación o diálogo entre pares, y la publicación de mensajes sin referencia directa al contenido académico,

concentraron en conjunto la mayoría de micromensajes (Gráfico 12). Resulta conveniente notar que la usuaria con menor experiencia académica (34 menciones) y el sociólogo con la edad académica de mayor antigüedad (36 menciones) contabilizaron una similar frecuencia de *tweets* conforme a contenido no académico de matiz político. La reacción en la plataforma ante sucesos de actualidad es una preocupación para este par de profesionales de la sociología. Caso contrario ocurre con la socióloga australiana, quien suma apenas 14 mensajes no académicos y 2 menciones de orden político, en otras palabras, consagra la mayoría de su tiempo en la plataforma a la publicación de temas vinculados al rubro académico, a la actividad del quehacer de producción intelectual.

El análisis de contenido también permitió identificar un particular hallazgo en la comunicación. El computo de la mención de usuarios (@nombre_de_usuario), la referencia a otros colegas contenido en la serie de *tweets* de los tres profesionales sometidos al escrutinio, identificó a un grupo de usuarios que, en algunos casos, *no son parte de la institución de adscripción, ni de la disciplina sociológica*. Estos académicos colegas de otras disciplinas, incluso de otras latitudes, también forman parte del círculo social de comunicación de los especialistas de la disciplina sociológica. Son quienes de igual manera proveen el consejo académico; los que se incluyen en el apartado correspondiente a los agradecimientos, quienes en las tertulias presentan la novedad editorial del colega; los que revisan y comentan los textos en estado proto y avalan la versión final, los que brindan el consejo sabio, o los que se olvidan de forma deliberada. Son los colegios invisibles. En la sociología dominante de otrora, los colegios invisibles también son evocados por miembros destacados del campo. A propósito de Pierre Bourdieu: “*Mis primeros textos de sociología, los envié a Vuillemin quien los releía, les ponía notas. Mi «**colegio invisible**» se limitó a un colegio de filósofos hasta una fecha avanzada y puede ser que todavía hoy. La opinión de las personas que cuenta más para mí es la de filósofos, pero filósofos que habrían sido sociólogos, y hay muy pocos*”.³⁴

³⁴ Traducción propia. Del original: “Mes premiers textes en sociologie, je les ai envoyés a Vuillemin qui les relisait, les annotait. Mon « collègue invisible » est resté un collègue de philosophes jusqu'à une date tardive et peut-être aujourd'hui encore. Les gens dont l'opinion compte le plus pour moi sont des philosophes, mais des philosophes qui auraient pu être des sociologues, et il y en a très peu”. Cita extraída del blog *Pierre Bourdieu en hommage* <http://bit.ly/1No482r> El énfasis en negritas es nuestro.

USUARIO	EJEMPLO. TWEET O MICROPUBLICACIÓN	CODIGO/ CATEGORÍA
@lisawade	.@Scifusion @BeyondSlavery @openDemocracy In my analysis of 20yrs of news coverage of female genital cutting, male cutting came up ~10 times	[C] Conversación
	Here's a link to my prepared talks if you want to peruse them. Excited! :) http://t.co/HVLAhn6khG https://t.co/cPGFmPU4sl	[A_ego] Autopromoción del trabajo académico
	Thx so much to @ShiftingSandFGC for reposting my essay on framing and the effort to end genital cutting. See it here: http://t.co/NjEmQNg0bQ	[C] Conversación
@dalupton	I'll be talking about sex tracking apps on the @RadioNational Afternoons program at 1 pm today #quantifiedself @UniCanberra	[A_ego] Autopromoción del trabajo académico
	Details of my forthcoming book The Quantified Self: A Sociology of Self-Tracking https://t.co/QSA9kf9rR #quantifiedself	[A_ego] Autopromoción del trabajo académico
	@cj13 @tylercowen We are already measured! (Google Scholar, HERDC, ERA etc).	[C] Conversación
@craigjcalhoun	What an irresponsible demagogue! Thank goodness he won't become president. Trump: I would send Syrian refugees home. http://t.co/4tzdfePIXa	[NA_pol] No académico. Tinte político
	Happy to see LSE ranked 23rd (and hope to keep improving)! World University Rankings 2015-16 https://t.co/aSmKAGMvk9 via @timeshighered	[NA] No Académico
	Intriguing discussion of the political and international in the Singapore Mutiny of 1915 by Itty Abraham. #lseSingapore	[EA] Evento académico <i>hic et nunc</i>

Cuadro 2. Ejemplo de la tipología y codificación que se emplearon en el análisis de contenido.

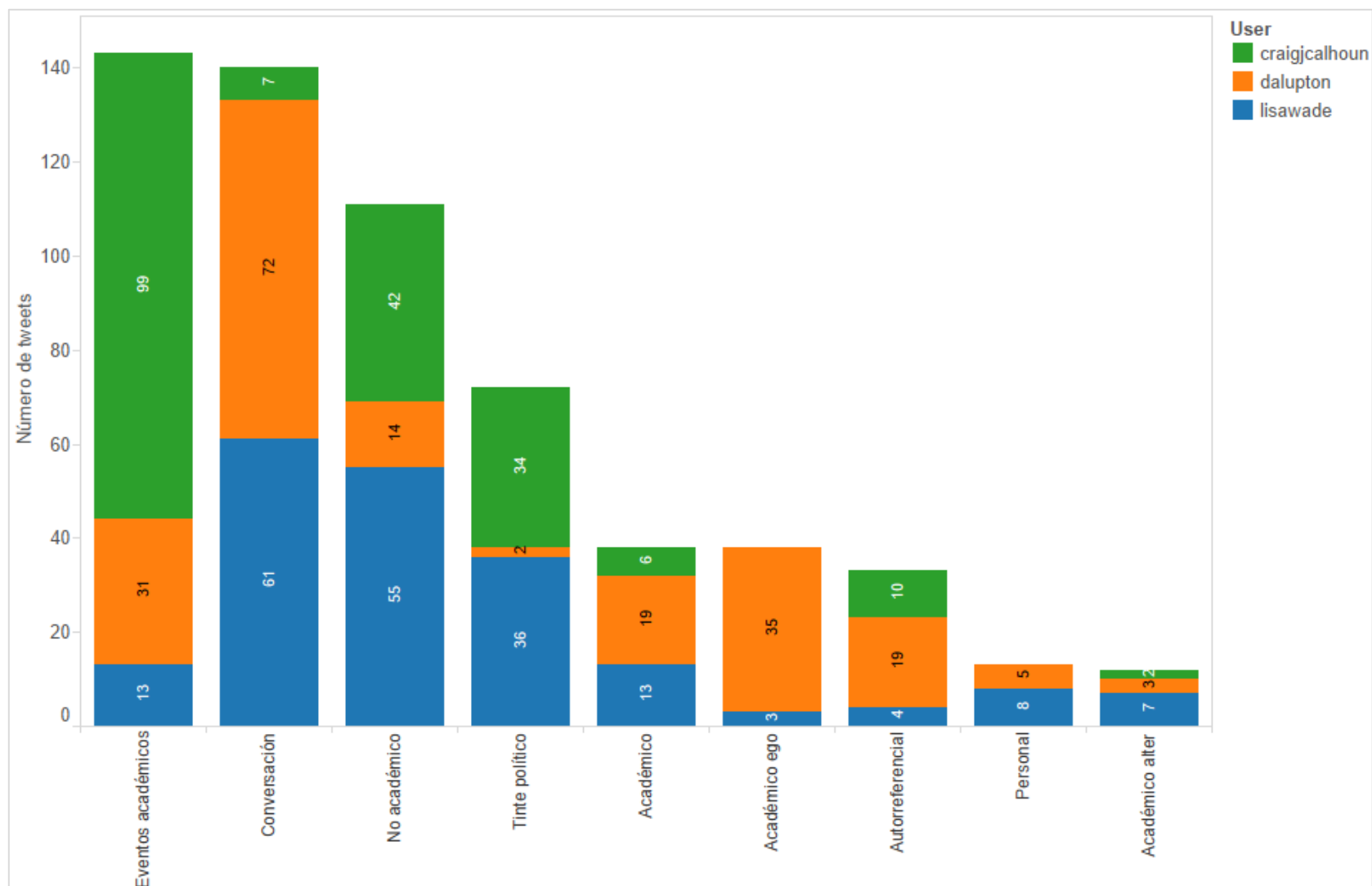


Gráfico 12. Distribución de 600 micromensajes o *tweets* por categoría de contenido

Uso generacional de la plataforma

Craig Calhoun. El usuario cosmopolita

“LSE alumni get an exceptional opportunity to hear from fellow alumni

Johannes Chan and Kevin Lau. [#lseasiaforumhk](#)”

— @craigjcalhoun

En la descripción biográfica de la cuenta de Craig Calhoun en Twitter, éste se autodefine como “*Director of the London School of Economics and Political Science*”. En 2009 abrió su cuenta personal en la plataforma, tres años antes de ocupar el puesto de director de la LSE. A pesar de formar parte del reducido grupo de ocho académicos de la generación de los años ochenta que registra el universo exploratorio —obtuvo su grado doctoral en 1980—, @craigjcalhoun mostró ser un activo participante en el envío de tuits durante el periodo de mensajes analizado.

Este usuario computó el mayor número de vínculos (144 inputs o seguidores) en la red completa de profesionales de la sociología. Es el usuario que goza de mayor popularidad entre los miembros del universo exploratorio: el *nodo cosmopolita*, la referencia en el campo de la sociología, un sociólogo consagrado con una no menor obra académica reconocida a nivel internacional. El reconocimiento en medios tradicionales de publicación y presencia académicas sin duda son una credencial de presentación que repercute de forma automática en la plataforma digital con independencia de la calidad de recursos electrónicos que emite.

En la actualidad @craigjcalhoun es un usuario que cumple con diligencias administrativas, preside eventos académicos y actos protocolarios como representante oficial de la LSE. Esto se observa con claridad en la serie de mensajes recabados. El papel que juega en la institución lo aleja del vehemente circuito que implica la propia producción como investigador. Esta aseveración se sustenta en la prácticamente nula emisión de mensajes en los que promocióne la

actividad académica producida por su propia pluma. Los mensajes ligados a la introspección (estado anímico y mental) personal del quehacer académico tampoco fueron expresados por este usuario. Por otro lado, al indagar en el conjunto de micromensajes de Calhoun puede observarse una fuerte tendencia a publicar eventos locales llevados a cabo en la LSE; los mensajes sin relación directa con la academia y de contenido político ocuparon una importante proporción (42 mensajes).

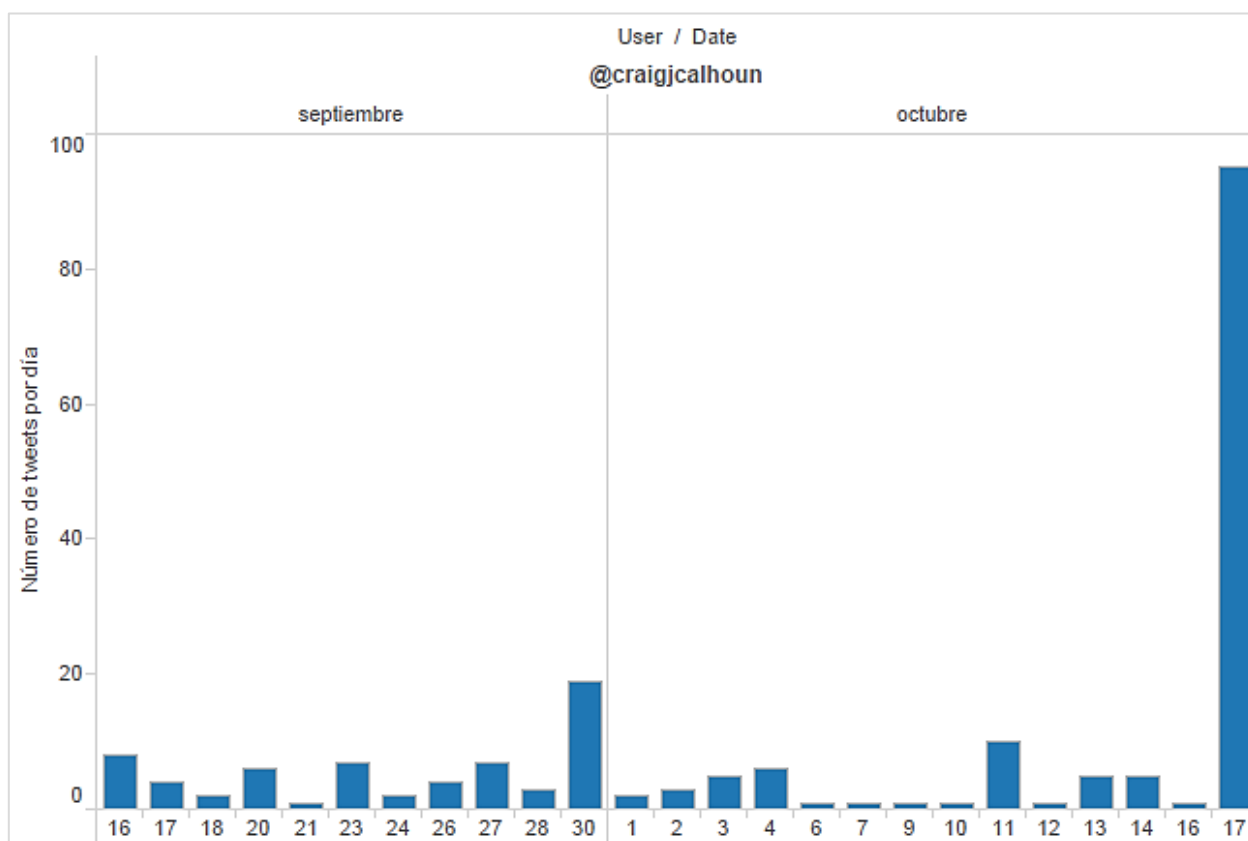


Gráfico 13. Distribución de 200 mensajes emitidos por @craigjcalhoun del 16 de septiembre al 17 de octubre de 2015. Promedio de publicación: 6.2 tweets por día.

En el periodo anterior a la fecha de captura, el usuario Craig Calhoun difundió *tweets* de forma masiva sobre dos eventos académicos; ambos sumaron 99 mensajes de 200. Los eventos tuvieron lugar en la LSE y fueron monitoreados bajo las etiquetas o *hashtag* [#lseasiaforumhk](#) (86 *tweets*,

17/10/2015) y [#LSEEurope](#) (12 mensajes, 30/09/2015). También se registró una mención a la etiqueta #lseSingapore.

Al descartar la categoría de eventos dentro del conjunto de micropublicaciones, categoría que aglomera prácticamente la mitad de la evidencia con la que se dispone para este usuario, se tiene que los *tweets* sin relación directa con la producción como investigador (42) y los de tinte político (34) ocuparon la mayoría del contenido que publicó Craig Calhoun antes del 17 de octubre de 2015. A este respecto, el análisis, de igual forma, permitió identificar el origen y destino del *hiperlink* que se vincula al *tweet*. En este caso se observó una clara tendencia del usuario Calhoun a publicar mensajes provenientes de medios periodísticos como la *BBC*, *The New York Times*, *The Guardian*, *The Atlantic* y *The Economist*. A decir de un *tweet* de Calhoun que apunta a una nota periodística de la *BBC*: “*And still no effective regulation of guns. Insanity. Oregon shooting: Gunman Chris Harper Mercer had 13 guns* <http://bbc.in/1WCXgDb>”. En Twitter el usuario expresa una opinión propia originada como reacción de una nota periodística.

La acumulación de micromensajes en el rubro conversacional [C] puso en relieve a colegas o contactos del usuario en cuestión no rastreables mediante el registro del universo exploratorio con el que comenzó esta investigación. Son contactos que pertenecen a la lista personal de colegas con quienes intercambió mensajes de forma recurrente en un periodo y evento específicos. Personas que probablemente conoce cara a cara. Para este caso, se localizaron dos usuarios cuyo registro corresponde al contexto de la participación que tuvieron en el *LSE Asia Forum Hong Kong* ([#lseasiaforumhk](#)) el 17 de octubre de 2015. Primero, Isabella Steger con 10 menciones a su nombre de usuario (@stegersaurus) y quien se autodefine como *hongkonger* y colaboradora en *The Wall Street Journal*. En segundo lugar, Danny Quah (@DannyQuah), profesor de Economía y Desarrollo Internacional en la LSE; la referencia a su nombre se registró en cinco ocasiones.

Lisa Wade. Fundadora o advenediza

“Thx so much to @ShiftingSandFGC for reposting my essay on framing and the effort to end genital cutting. See it here: <http://t.co/NjEmQNg0bQ>”

— @lisawade

Aunque su nombre todavía no resuena con estruendo en los registros bibliométricos de la disciplina sociológica, menos en las referencias de culto sobre estudios de género, campo en el que se especializa, el blog que esta usuaria fundó en julio de 2007 es el proyecto digital con mayor impacto entre el gremio de sociología de habla inglesa: “*The most successful sociology site on the web*”, apunta la propia autora. En menos de 140 caracteres Lisa Wade se autodescribe como: “*Professor of sociology at Occidental College; founder and editor of @socimages; lover of dinosaurs, cocktails, and music with lots of brass*”.

En el ámbito de la sociología, sobre todo fuera de Estados Unidos, la puesta en marcha de un blog personal no impresiona en lo mínimo como la publicación por un medio impreso y formal donde los estándares editoriales se apegan a un estricto y serio control de revisión entre pares³⁵; mucho menos tiene un impacto en la matrícula de medición formal de la actividad profesional. El blog es el medio arquetípico de la comunicación científica personal en la era digital. Es el espacio que brindó por primera vez al científico la autonomía en la difusión del trabajo profesional a escala masiva y mundial. Sin duda, fácil de usar y de bajo coste. A nivel institucional también es aceptado: la familia de blogs académicos *Hypothèses* (Francia) y *LSE Blogs* (Inglaterra) son un caso en el que se apuesta seriamente por el medio.

³⁵ *Sociétés*, una célebre revista de ciencias humanas y sociales fundada por Michel Maffesoli, publicó en 2015 un peculiar artículo de J.-P. Tremblay, un sociólogo hasta entonces desconocido. El texto trata el tema del “Autolib” (un sistema de renta de mini autos eléctricos en París) como un objeto socio-técnico, “*indicador de una dinámica macro-social subyacente: el pasaje de una episteme moderna a una episteme posmoderna*”, versa el abstract. La polémica o el escándalo que generó este hecho fue que el autor no existe y el artículo en cuestión fue una farsa, una jugarreta orquestada por Arnaud Saint-Martin (@ArSaintMartin) y Manuel Quinon para demostrar cómo un texto encuadrado en un sistema de creencias (el culto al maffesolismo), con referencias bibliográficas del gurú, y plagado de neologismos, exime de los procedimientos metodológicos elementales al apostar por la publicación en una revista supuestamente científica de tendencia, claro está, maffesoliana.

Cuando el blog es exitoso, cobra un particular valor agregado, a veces sutil y en otras potente, entre la cofradía disciplinar. Jill Walker, profesora de cultura digital en la Universidad de Bergen (Noruega), obtuvo por su blog académico jilltxt.net el premio a la disseminación de la ciencia que le otorgó la Fundación Metzerk en 2006. Para la bloguera, “*la investigación sucede en los blogs y en la conversación entre blogs. Los blogs no tratan sobre documentación, tratan sobre hacer, pensar y discutir. Además tratan sobre atrapar breves pensamientos y hacerlos explícitos*” (Blanchard, 2010, pág. 1). Por otro parte, en 2015, la Asociación Americana de Sociología entregó a Lisa Wade y a su colega Gwen Sharp (@gwensharpnv), el premio *Distinguished Contributions to Teaching Major ASA Award* por el proyecto *Sociological Images Blog*, distinción nada insignificante que la ASA entrega desde 1980.

Lisa Wade es una doctora joven; obtuvo su grado en 2006. Tiene una fuerte presencia digital. Además de su carta fuerte, cuenta con un sitio web personal lisa-wade.com donde la promoción del quehacer profesional ocupa el primer plano. A pesar de que el 30 de julio de 2007 publicó su primer post en *Sociological Images*, la apertura de su cuenta en Twitter fue hasta 2011. @lisawade es una socióloga forjada en el entorno digital, conoce el medio y las reglas de juego cuando se trata de hacer ruido con el trabajo académico.

Al considerar sólo a la red de profesionales de la sociología con actividad en territorio estadounidense (120 elementos), el cálculo de vinculaciones indica que @lisawade es el nodo que goza de mayor popularidad (input): 81 de 120 sociólogos están suscritos a la cuenta de la bloguera *star*. A diferencia del usuario cosmopolita, proveniente de la antigua escuela, la popularidad de Lisa Wade en la plataforma Twitter, y en general en el gremio sociológico, fue empujada por su actividad en la escena del blog. El tiempo que ésta invierte en la producción intelectual no sólo se mide por los libros y los artículos, sino por la publicación y la reacción que generan las entradas o posts en su blog, en los *likes* y en los retuits. Lleva una vida activa como *blogger* a la par y como parte integrante de las obligaciones profesionales que debe cumplir en la institución de pertenencia³⁶.

³⁶ En un breve artículo titulado *Sociological Images. Blogging as Public Sociology*, las autoras (Wade & Sharp, 2013) hacen un recuento del alcance y el impacto del blog. Destacan las reseñas del mismo en publicaciones académicas como *Teaching Sociology*, *Visual Studies*, y *Contexts*. De igual forma mencionan la repercusión social

La conversación o comunicación directa con otros colegas ocupó la principal actividad de la usuaria en la plataforma (61 mensajes) antes de la fecha de captura: “*Wow @zainabkakal! It's so nice of you to reach out! How amazing to hear that the blog resonated so far away! :) <https://t.co/Xlr5hZecRj>*”. El contenido sin relación directa con la academia (55 menciones) y los mensajes con carga política (36) fueron los siguientes rubros de contenido en los que la socióloga ocupó su tiempo en la plataforma.

Asimismo cabe destacar que de los tres usuarios que ocupó el análisis de contenido, Lisa Wade fue quien encaminó el mayor número de tuits a la promoción de la actividad y trabajo académicos de los colegas (7 mensajes), a la labor del alter: “*Congratulations to sociologist Matthew Desmond for winning one of this year's MacArthur Genius Grants! <https://t.co/QF4sJ3XJma>*”; “*RT @CthulhuLemon: Want to write a chapter on masculinity, femininity or genderqueerness in games? Send us an abstract! <http://t.co/ZHwzAFmK>*”.

que tuvo un post titulado “Push Up Bikini Tops at Abercrombie Kids” [*Sociological Images*, 19 de marzo de 2011 <http://bit.ly/1qnc1AO>] en el que se cuestiona la edad apropiada para lucir un tipo de sostén dirigido a un mercado infantil de 7 - 12 años por la tienda de ropa Abercrombie.

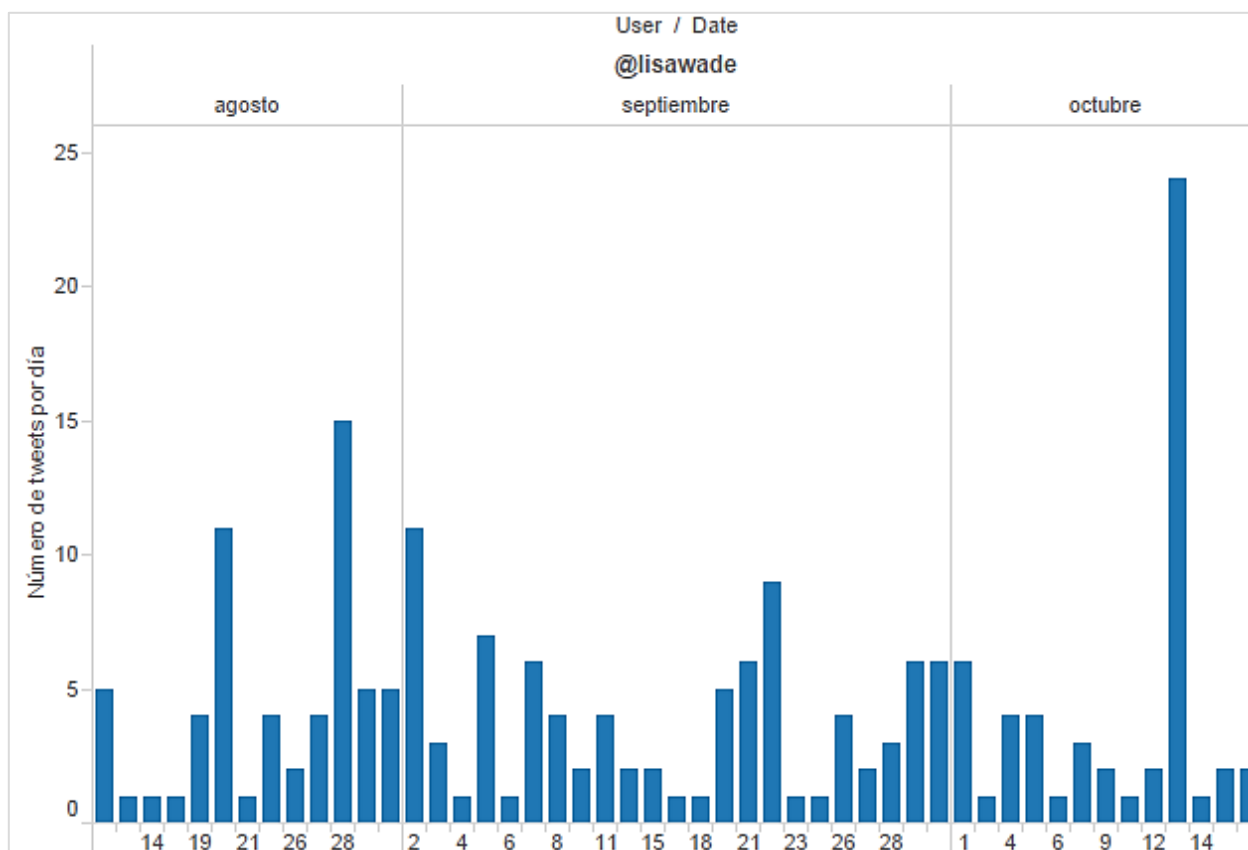


Gráfico 14. Distribución de 200 mensajes emitidos por @lisawade del 11 de agosto al 17 de octubre de 2015. Promedio de publicación: 2.9 tweets por día.

Para esta usuaria, los principales contactos que expuso el análisis de contenido, no registrados en el universo exploratorio, fueron D’Lane R. Compton (@drcompton, 6 menciones), un académico interesado en la psicología social y la demografía pero con un puesto de Associate Professor of Sociology en la Universidad de Nuevo Orleans; y @iceman4423 (5 referencias), sociólogo, de nombre propio desconocido y, al igual que @drcompton y @lisawade, radica en Nueva Orleans.

Una de las subcategorías en la que se observa el empleo de la plataforma de un modo *cuasi* confidente e íntimo, expresión del estado de ánimo, incluso la tensión, vinculado a la condición de académico, al [#lifeofanacademic](#) —*hashtag* o etiqueta que los usuarios adjuntan a los mensajes para describir este *modus vivendi*— al acelerado ritmo de vida que impone cumplir con los requisitos y los plazos de entrega, es la que refiere al rubro personal. Tras exponer una captura

de pantalla de la cuenta personal de la autora en la que se muestra una lista con doce capítulos de la obra que está preparando, Lisa Wade expresa: “*Feeling so grateful to the students who told me their stories + scholars I cite! The hookup culture book is coming!*” <http://t.co/2NX19VpZgd>”. Una semana después apunta en otro mensaje: “*It's 1am. I just sent 9 chapters to my editor. 69,000 words so far, 4 chapters to go. I'm exhausted, but the light, the tunnel!*”.

Deborah Lupton. La representante australiana

“I'll be in Montreal giving talks 3-7 Nov - this is one of them
<http://t.co/aeN3MI4QRP> #digitalhealth”

— @dalupton

La forma prototípica del profesional de la disciplina sociológica totalmente incrustada en la arena digital se encarna en la usuaria @dlupton: una socióloga australiana especializada en temas sobre la salud en el entorno digital, en #digitalhealth como ella misma rubrica en las micropublicaciones. En sus propias palabras, Deborah Lupton ejerce el puesto de “*Professor @ University of Canberra. Digital sociology, big data, self-tracking, critical digital health etc. Blog @ simplysociology.wordpress.com*”. Obtuvo el grado de doctor en 1993. De la triada generacional fue la última que llegó a la plataforma tras registrar su cuenta en junio de 2012.

Al igual que Lisa Wade, la usuaria @dalupton utilizó la conversación [C] entre colegas como la principal actividad en la red con 72 mensajes emitidos: “@Eventmechanics *Have you seen the special section on big data on latest Media, Culture & Society?*”, pregunta Lupton a @Eventmechanics, un colega Assistant Professor de periodismo y comunicación en la Universidad de Canberra.

Las dos principales referencias a usuarios que Lupton mencionó durante el periodo del 2 de septiembre al 17 de octubre de 2015 fueron Anne Galloway (@annegalloway) (12 menciones), socióloga con un puesto de Senior Lecturer en la Victoria University of Wellington, Nueva

Zelanda, y Daniel Goldberg (@prof_goldberg) (8 menciones) de la Universidad del Este de California. En este punto, cabe señalar que Lupton no sólo hizo referencia a otros colegas, de igual manera aludió en 11 ocasiones a la cuenta oficial de la Universidad de Canberra (@UniCanberra) en Twitter, institución a la que se encuentra adscripta.

La categoría tocante a la autopromoción de la actividad académica personal [A_ego] tiene un aspecto particular en esta autora (Gráfico 12): 35 de 200 mensajes fueron destinados a este rótulo. El escrutinio de los datos muestra una marcada tendencia de Deborah Lupton a publicar entradas en su blog personal, un anuncio o una reflexión, un consejo de la profesión de investigar, y luego difundirlos en la plataforma Twitter. Un total de 15 micromensajes que publicó la autora dirigen a *This Sociological Life* (simplysociology.wordpress.com), blog personal en el que escribe desde 2012. Lupton articula ambos medios como una apuesta a la mayor visibilización de la actividad profesional. Complementa la ilimitada extensión de caracteres al escribir una entrada en el blog con la difusión discriminada y masiva que potencia la plataforma Twitter.

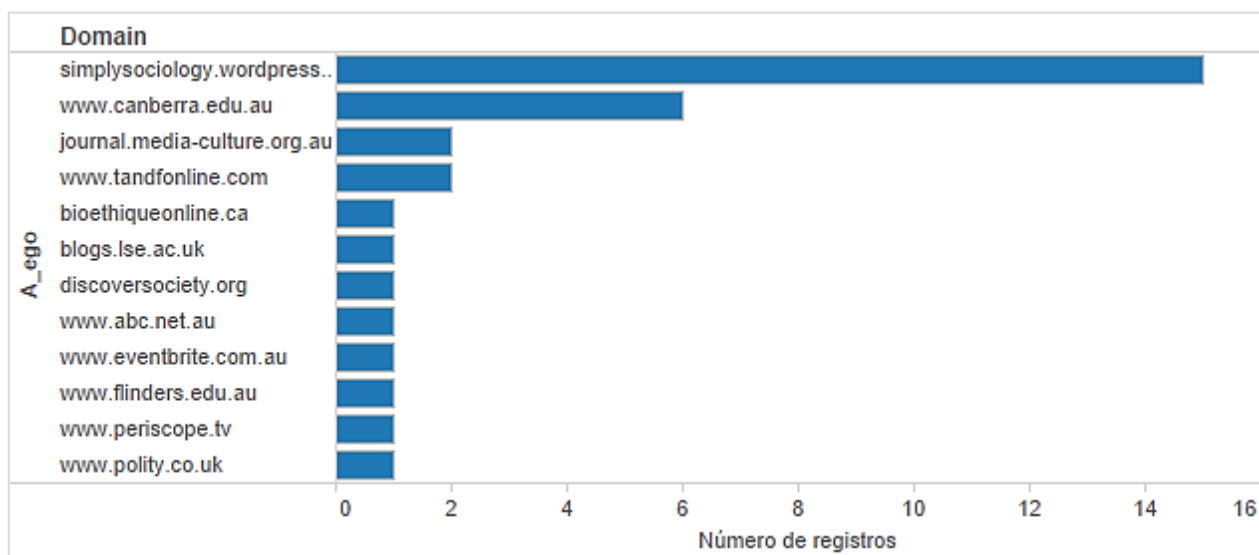


Gráfico 15. Sitios web relacionados con la autopromoción de la actividad profesional [A_ego] en la cuenta de @dalupton. El sitio con mayor frecuencia de registros corresponde al blog personal de la autora.

Además de la referencia al blog personal, @dalupton tiende a distribuir contenido académico propio y artículos de opinión alojados en los repositorios digitales de sellos editoriales como Taylor & Francis Group, M/C. A Journal of Media and Culture, y en el espacio de la institución a la que pertenece (www.canberra.edu.au). Como es frecuente con esta autora, la primicia editorial ocupa un lugar central cuando se trata de difundir la propia actividad profesional: “*Details of my forthcoming book The Quantified Self: A Sociology of Self-Tracking* <https://t.co/QSA9kf9rR> #quantifiedself”. Asimismo, tal y como en el ejemplo anterior, el itinerario de actividades venidero tiende a agruparse con la etiqueta o *hashtag* añadido al final del mensaje: “*I’ll be talking about sex tracking apps on the @RadioNational Afternoons program at 1 pm today #quantifiedself @UniCanberra*”; “*(edited tweet with correct month!) I’ll be speaking at the workshop on digital theory & methods in November* <https://t.co/nye6bAchf0>”.

Todo investigador sabe que la difusión de artículos académicos, del preciado PDF, de la filtración de primicias editoriales (*leaks*), son bienes digitales de gran estima cuando se trata de compartir un enlace, sobre todo si el acceso a éste es directo, sin la incómoda restricción (pago, suscripción) a la descarga. En el rubro de contenido académico [A], sin referencia a artículos de la propia autora, Deborah Lupton enlazó en 6 ocasiones a alguna de las revistas del sello editorial Sage Journals; 4 enlaces que publicó en su cuenta direccionaron a Taylor & Francis Group; uno a Palgrave Journals; y otro a BioMed Central, una editorial sobre ciencia, tecnología y medicina de acceso abierto. La frecuencia de estos hiperenlaces deja entrever, sin duda, el consumo específico de productos académicos, la literatura con la que se alimenta al producto de investigación, en este caso de revistas académicas que gozan de prestigio, de impacto bibliométrico, al que como investigador se tiende a dirigir la mirada.

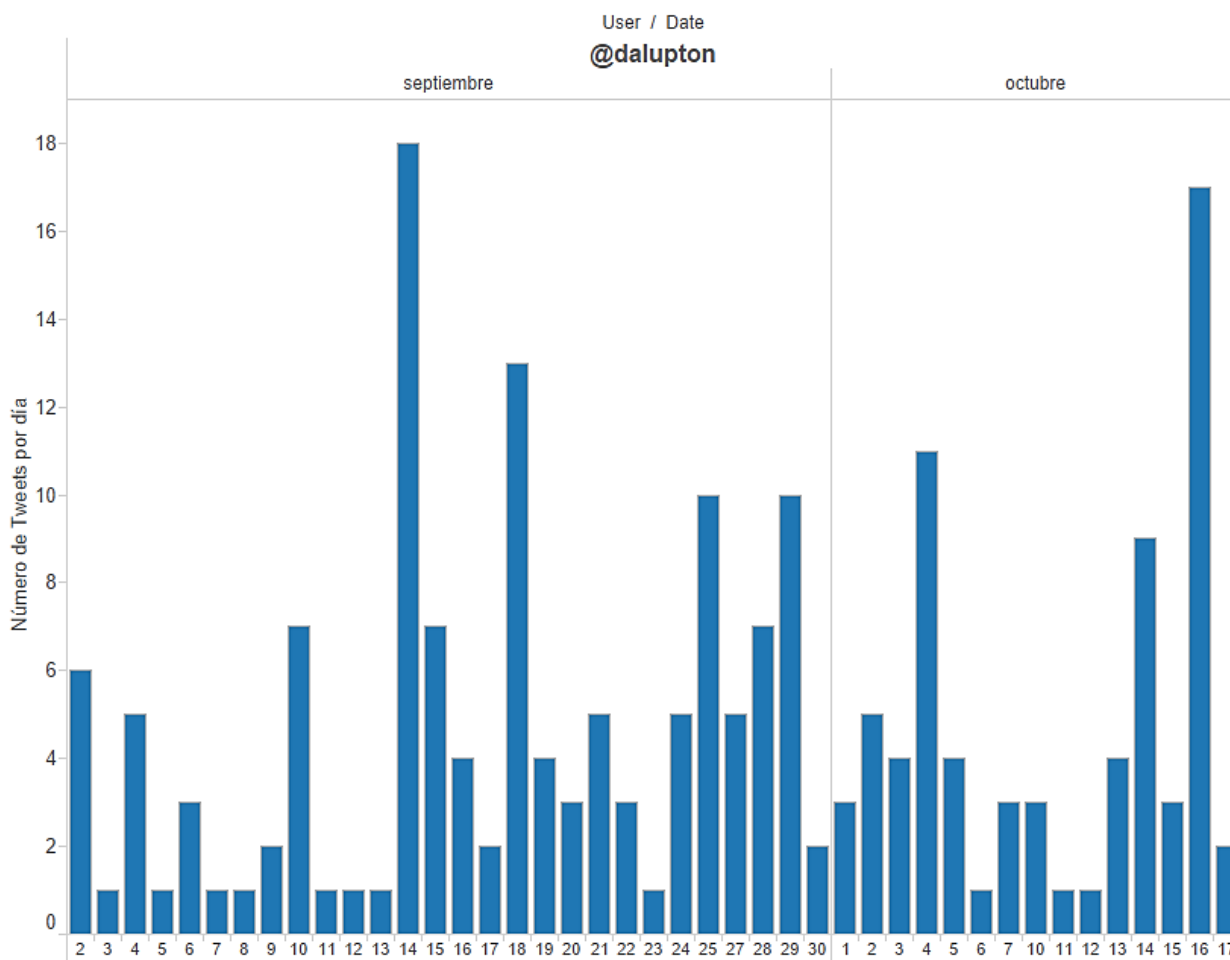


Gráfico 16. Distribución de 200 mensajes emitidos por @dalupton del 2 de septiembre al 17 de octubre de 2015. Promedio de publicación: 4.3 tweets por día.

La publicación de micropensamientos de vertiente personal [P] ocupó 5 registros en el conjunto de datos. “*Working on various papers today - haptic studies & data materialisations, lively sociology, 3D-printed food utopias/dystopias - fun!*”; “*Why do some journal submission sites make you use most of a day to upload an article for submission? Sheesh!*”. Por otro lado, el dominio de competencias digitales, el saber adaptar la numerosa gama de aplicaciones web en actividades académicas fue un rasgo particular en esta usuaria. Fue la única de los tres usuarios que integró otro tipo de herramientas más allá del uso del Twitter y el blog. El uso de la aplicación móvil Periscope (*streaming* de video) en la transmisión “en vivo” de un evento académico, y la compilación temática de *tweets* con Storify en el contexto del simposio

Theorising Digital Society <http://bit.ly/1NFy0vD>, estuvieron presente en las micropublicaciones como una manera de dar versatilidad a la práctica académica en medios digitales: “*Wow - just tested Periscope and immediately had over 100 people watching me chat about nothing in particular and several messaging too*”.

IV. ALGUNAS INTERROGANTES SOBRE EL USO DE LA TECNOLOGÍA EN LA SOCIOLOGÍA

Al referir el panteón de las figuras notables del pensamiento social —el de nombres propios y apellidos—, de sus aportaciones al conocimiento de la sociedad, siempre se alude a las ideas que estos propusieron, a los métodos que emplearon, a los conceptos que acuñaron y a las tradiciones teóricas que forjaron, las que en conjunto constituyen a la sociología como disciplina. La discusión sobre si la sociología es una ciencia —una ciencia pero no como las otras (Bourdieu), una en la que entran en juego no sólo la interpretación del profesional sino la de las mismos individuos a los que se intenta estudiar (Giddens), la que debe interesarse por los hechos sociales y no por las motivaciones personales (Durkheim), fin de la obliteración³⁷— sugiere una pregunta obvia, y por ende de interés a esta investigación: ¿si la sociología es una ciencia o una disciplina a través de qué *medios* conocen los sociólogos? Dicho de otra manera, con qué objetos o herramientas los profesionales de la sociología apoyan o guían su ejercicio intelectual a fin de explicar o conocer lo social? La respuesta surge de inmediato como un acto reflejo: por medio de la observación y la movilización de conceptos, teorías y técnicas. Por supuesto que la tarea cognoscitiva implica un ejercicio intelectual, la movilización de tradiciones de pensamiento. Pero si se mira desde una óptica todavía más elemental, el símil con la ciencia dura resulta de utilidad. Los científicos de las ciencias naturales utilizan en el laboratorio instrumentos de medición —materiales, palpables— tales como el espectrómetro de masas, el matraz erlenmeyer, el telescopio y el microscopio y, de modo reciente, el colisionador de hadrones. De tal suerte que cabe preguntar con qué herramientas (físicas, con *massa*) el sociólogo desempeña su quehacer o, en otras palabras, cómo *interactúa* con los objetos y las tecnologías con las que conoce. ¿Cómo se asocian los sociólogos con las tecnologías de producción de conocimiento?

Primero, a fin de contestar tal interrogante, deben considerarse a los objetos no humanos como algo más que un elemento inánime, neutral. Por contrario, resulta indispensable tratarlos como un actor que añade un ingrediente propio a la acción. Para tal objetivo, se sacará provecho de la

³⁷ El fenómeno de la obliteración en la ciencia consiste en omitir la citación directa de la fuente debido al uso corriente y aceptado de los aportes o las ideas en una disciplina. Cabe referirse a este fenómeno como una suerte de institucionalización de la ideas (Garfield, 1974-76). Aquí se ha optado por seguir ese sentido para referir ideas o planteamientos en el ámbito de la sociología con tres de sus autores más representativos.

propuesta teórica de Bruno Latour sobre la mediación técnica desarrollada en el texto “Un colectivo de humanos y no humanos”. Luego se expondrán tres casos de personajes o figuras de la sociología con el propósito de ejemplificar la asociación entre sociólogo y entidad técnica en el proceso de aprehensión y producción de conocimiento, trazando así las líneas intuitivas y generales de una suerte de sociología de las entidades/objetos de conocimiento. En suma, interesa conocer la relevancia —hablar de influencia puede sonar aún aventurado— de la tecnología en la labor del sociólogo.

Preludio teórico. La mediación técnica

A fin de comprender el lugar que ocupa la técnica, los medios técnicos, en lo colectivo, Latour plantea la cuestión a partir de la derivación de dos argumentos:

(1) “*Las armas de fuego matan a la gente*” (Latour, 2001, pág. 211), es una afirmación que forma parte del discurso regulador y prohibitivo del uso de estos artefactos. De esta afirmación se deduce un argumento *material*: es en “*virtud de unos componentes materiales*” que las armas de fuego actúan; estos componentes son irreducibles a los aspectos sociales de las personas que las usan.

(2) “*Las armas de fuego no matan a la gente; la gente mata a la gente*” (Latour, *idem*). El arma de fuego solo es un medio, “*un transmisor neutral de la voluntad humana*”. En manos de una persona de juicio recto el arma se utilizará con prudencia y sólo matará cuando sea necesario. Al caer en manos de un asesino el resultado será el mismo, un asesinato, aunque es probable que otras proporciones. En ambos casos, el arma sigue siendo la misma, la materialidad de ésta no cambia. Este argumento de cariz *sociológico* afirma que las armas no son quienes matan a las personas, sino son las personas quienes quitan vidas, jalan el gatillo como acto, calculado o en un arrebato de pasión, de su voluntad.

Cabe preguntarse, afirma Latour, qué añade entonces el arma al acto de disparar. ¿Quién es el responsable del acto de matar: la persona o el arma? ¿El arma es sólo un *mediador*? A este

respecto Latour define el término mediación en cuatro sentidos: programa de acción, composición, pliegue en el tiempo y en el espacio *blackboxing* (cajanegrización) y delegación.

1. *Programa de acción* como una serie de pasos, metas e intenciones. Sigamos con el ejemplo de las armas de fuego. El agente 1 (individuo) recurre a un agente 2 (arma) y de la conjunción de ambos emerge un agente 3. En esta fusión no interesa quien prevalezca —el argumento material o sociológico—, lo que importa saber es qué meta u objetivo se propone el agente 3, el cual no guarda una relación con ninguno de los agentes implicados por separado: “*Uno quería solamente herir, pero ahora, con la pistola en mano, quiere matar*” (Latour, 2001, pág. 214). La incertidumbre que genera esta nueva relación es denominada por el autor como *traducción*, esto es, la creación de un nuevo lazo que previamente no existía y que cambia, en este caso, la relación entre ambos agentes (1 y 2). Entonces, surge como resultado de ambos actores una nueva entidad (individuo/arma o arma-individuo), un *actor híbrido*. En términos de la imagen del arma de fuego, se puede afirmar que cuando una persona (pistolero) sostiene un arma se convierte en alguien diferente; por otro lado, el arma es diferente cuando alguien la sostiene, la apunta y la detona. Para fines analíticos, sostiene Latour, conviene denominar a las entidades *no humanas* como **actantes**, tal denominación permite intercambiar unidades de análisis individuales por otras colectivas (del pistolero a un grupo de bandoleros, por ejemplo); redefinir un objeto en una institución (pistola por lo que la constitución permite tener en los hogares en uso de legítima defensa); e incluso describir un arma como una serie de mecanismos que cumplen una función (cartucho → muelle → percutor). En conclusión, no son ni las personas ni las armas de fuego quienes matan: son los actantes quienes comparten la responsabilidad en la acción. Esta distinción simétrica del actor-actante representa, sin duda, la aportación latouriana al abandono de la dicotomía sujeto /objeto en el análisis social.

2. *Composición*. Esta segunda mediación técnica se explica como una asociación de entidades en la que “*la acción no es una propiedad atribuible a los humanos sino a una asociación de actantes*” (Latour, 2001, pág. 218). Por ejemplo, el acto de volar, debe considerarse como una reunión o asociación en la que participan diversas entidades como son los aviones, las plataformas de vuelo, los aeropuertos e, incluso, las taquillas de venta de boletos.

3. *Pliegue en el tiempo y en el espacio blackboxing (cajanegrización).* Imagínese estar a punto de entregar un informe final y el ordenador comienza a advertir con el envío de mensajes de error sobre un inminente fallo en la memoria del sistema. De inmediato, uno comienza a examinar el disco duro en busca de virus; se accede a las carpetas del sistema, a los archivos de arranque y a todos los rincones del sistema operativo que en un día normal nunca se escudriñarían ni por equivocación. Después de no encontrar indicio alguno de avería, se decide revisar los componentes físicos (hardware) de la máquina. Se la desensambla y en apariencia todos los componentes están en su lugar. Hasta aquí, se llega a un nivel más complejo de microcomponentes electrónicos en los que se deberá solicitar la asistencia de un experto.

La eficacia del ordenador, el éxito en la ejecución de las operaciones, ha hecho que uno se olvide del complejo proceso por el que éste funciona y de la multiplicidad de elementos que lo componen. Su eficiencia hace que sólo nos concentremos en los beneficios que supone. En otras palabras, entre más éxito tienen la ciencia y la tecnología más opacas e indescifrables se tornan. Uno se convierte en víctima del éxito de la ciencia. Contra lo que se piensa, las entidades no humanas “*escapan doblemente a los rigores de la objetividad: no son ni objetos conocidos por un sujeto ni objetos manipulados por un amo...*” (Latour, 2001, pág. 222).

4. *Delegación.* El último sentido de la mediación técnica consiste en la *delegación*, esto es, el desplazamiento del significado o la traducción de la acción en una expresión o entidad diferentes que no existían antes. Esta idea se entiende con mayor claridad a partir del clásico ejemplo latouriano de la banda rugosa en el asfalto. Imagine un enorme tope u obstáculo en el asfalto, incrustado en el paso de un cruce peatonal. La presencia del montículo obedece a dos cuestiones: la de reducir la velocidad para no atropellar a los peatones y la de detener el auto so pena de dañar la suspensión. El primer caso conlleva al argumento moral; en el segundo, al egoísmo, al acto reflejo (Latour, 2001, pág. 222). Así pues, en lugar de disponer de señalamientos, de placas de advertencia y de policías de tránsito, se emplea el cemento y el asfalto. En otras palabras, los programas de reducción de velocidad que han diseñado los ingenieros se traducen en cemento. Aquí se observa que las entidades no humanas también actúan, tienen injerencia (reducir la velocidad) en las metas y transforman los significados (por

ejemplo, programas de respeto a los límites de velocidad). La especie humana coexiste con delegados no humanos quienes además son los encargados de que la sociedad sea duradera.

Sin duda esto constituye un aporte original y sugerente a la hora de pensar lo colectivo en una época en la que la tecnología ocupa un lugar central en la vida de las personas. Ahora, lo que sigue, es una serie de casos en la que sociólogos consagrados han guardado una relación peculiar, histórica, con las entidades no humanas que intervienen en la producción de conocimiento.

Niklas Luhmann y el “papel como pasión”

¿Cómo una persona pudo escribir 70 libros y más o menos 400 artículos académicos? La disciplina y el talento lo explican en parte. Fue al final de sus estudios en leyes que Niklas Luhmann decidió no perder más sus hojas de apuntes desperdigadas y comenzar a trabajar con papeletas numeradas y dispuestas en orden dentro de un fichero de madera, tal y como Georg Wilhelm Friedrich Hegel hiciera en otra época. *“Cuando leo un libro, lo hago de la siguiente forma: siempre tengo una tarjeta en mano en la que anoto ideas de ciertas páginas. Al reverso registro la información bibliográfica. Después de que he leído el libro me dirijo hacia las notas y considero lo que podría ser útil de lo que ya he escrito”* (Krajewski, 2013, pág. 104) , relata Luhmann en una entrevista.

El caso de la producción intelectual de Niklas Luhmann es interesante ya que en sociología, es probable, sea el único sociólogo que legó un patrimonio documental de una dimensión enciclopédica como es el fichero (*Zettelkasten*), los *andamiajes* de una teoría social devenida en papel con un principio tan elemental y sofisticado a la vez³⁸. La relación del autor con su fichero, entre la entidad humana y no humana, conduce a reflexionar sobre la relevancia de la asociación entre lo material y lo humano y, a la inversa, lo humano y lo material, más allá del uso de un recurso técnico. Este argumento, entonces, conduce a cuestionarse sobre el cambio que supone en la producción intelectual la *mediación*, en el sentido latouriano, de una particular tecnología o soporte que registra de forma duradera el conocimiento. ¿Acaso el empleo de modernos

³⁸ Desde hace tiempo fue lanzado un software que replica el principio del fichero (*Zettelkasten*) de Niklas Luhmann. Disponible en <http://zettelkasten.danielluedecke.de/en/>

telescopios no ha implicado el descubrimiento de estrellas lejanas que sin la mediación tecnológica resultarían prácticamente imposible de rastrear?

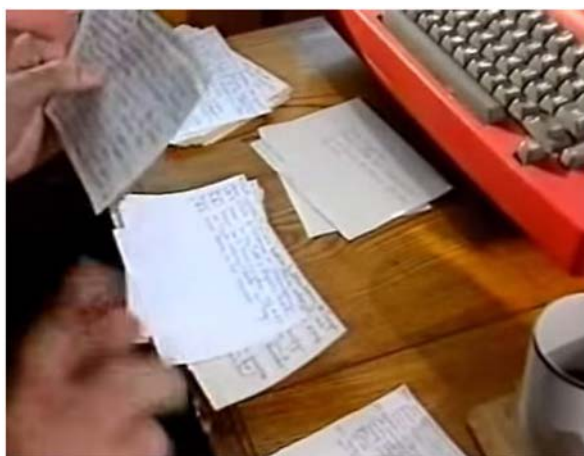
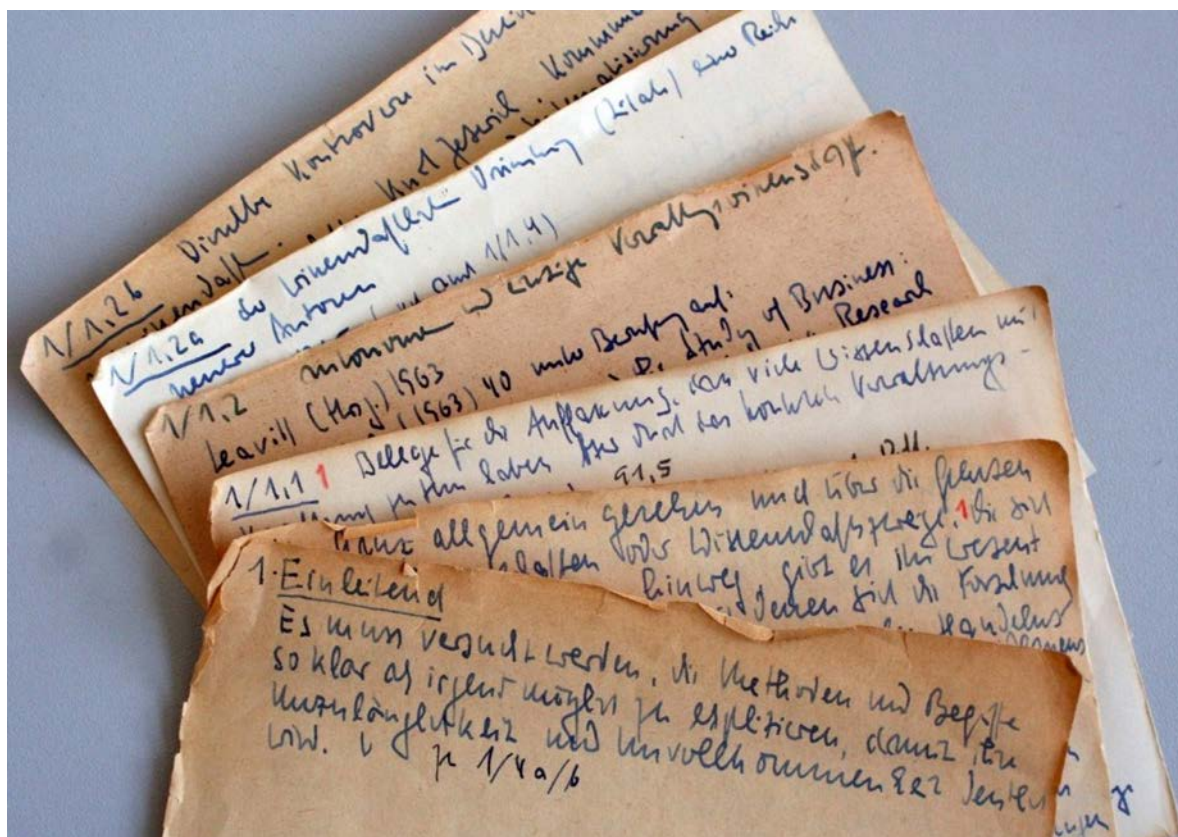


Ilustración 5. Fichero (Zettelkasten) de Niklas Luhmann. Detalle de ficha de trabajo, vía [Osnabrückner Zeitung](http://www.osnabruecker-zeitung.de). Abajo, 2 capturas de pantalla extraídas de la entrevista a Niklas Luhmann por Ulrich Boehm, 1973. Disponible en <http://youtu.be/qRSCSPMuDc?t=38m12s>

El Laboratorio de Antropología Social y la poderosa tecnología del fichero

En una entrevista (Lévi-Strauss, 1965) que concediera, el autor de *Mitológicas* se refiere con orgullo al fichero del Laboratorio de Antropología Social, como un medio, un instrumento, a modo de los que se emplean en las ciencias exactas y naturales –por ejemplo un microscopio electrónico–, en la búsqueda de información que de otro modo resultaría difícil, e incluso imposible, de conseguir. En aquél entonces la infraestructura archivística del laboratorio contabilizaba alrededor de 2 millones de fichas, entre las que se registraban reproducciones fotográficas de secciones de libros y artículos, además de contar con el único ejemplar en Europa de *Human Relations Area Files* (HRAF), la mayor base de datos de la época concebida por la Universidad de Yale sobre la vida cultural y social de las sociedades. Hoy disponible en <http://hraf.yale.edu/online-databases/>



Ilustración 6. Claude Lévi-Strauss en el Laboratorio de Antropología Social del Colegio de Francia, París, 1965.

Los recursos documentales cubrían una muestra de alrededor de 300 poblaciones del mundo. La selección cuidadosa de información, codificada y sistematizada, no remplace la imaginación, aunque sí simplifica, *acelera* el trabajo previo de documentación que el investigador debe realizar al inicio de cualquier estudio, afirmaría Lévi-Strauss.

Tanto el ejemplo de Luhmann, una iniciativa personal, como el de Lévi-Strauss, una puesta en marcha institucional, conllevan a pensar si la organización y avances de los medios tecnológicos por los que se aprehende y sistematiza el conocimiento, repercute en la productividad, en el encausamiento de las ideas en un producto final y, más todavía, en la evolución de una disciplina.

Por otro lado, tras caminar hacia adelante y trasladar esta idea al terreno del ordenador personal y la escritura digital, todavía un paso atrás de la era internet, no cabe duda que se ha experimentado una transformación, un cambio efectivo, al menos, en el acto de plasmar los argumentos, de objetivar las ideas venidas del cerebro a los dedos, en una práctica corriente como es tipear sobre las teclas: “*When I type, the words appear on the screen almost as fast as I formulate them in my head. There is, for me, almost a seamless transition of thought to word on the screen*”, así describe Deborah Lupton en 1995 la íntima relación que guardaba con su computadora personal (Lupton, 1995, pág. 97).

Howard Becker y la computadora personal

Después de echar una mirada a Niklas Luhmann y su seductora, cuasi obsesiva, relación con la esmerada clasificación y el papel; y tras leer el testimonio de Claude Lévi-Strauss cuando éste presume los últimos avances en materia de tecnología documental y archivística de la época, resulta conveniente mencionar un último ejemplo, el tercer acto, donde sobresale la relación con otra entidad no humana en la era informática.

Howard Becker (1928—) es conocido, entre otros méritos en la disciplina sociológica, por reflexionar seriamente sobre el proceder escritural en las ciencias sociales. A diferencia de la prosa dura de Luhmann, Becker pugna por una escritura transparente y lo más entendible para el lector. En *Manual de escritura para científicos sociales*, en particular en el artículo “Fricción y

procesadores de palabras”, éste autoanaliza su experiencia de escritura (electrónica) frente al teclado y el monitor de una computadora personal como temprano entusiasta de la Apple II. Sin duda, este pasaje merece citarse en toda su amplitud:

“La computadora realmente se destaca por haber dejado atrás la fricción física de la escritura. Reescribir ya no significa tachar una frase o una oración y escribir una nueva. Ahora, en cambio, usted "borra" la frase que no le gusta e "inserta" su reemplazante. Cuando desea mover un párrafo de lugar, no lo corta³⁹ y lo pega”

[...] (Un amigo mío se mostraba sumamente escéptico ante tanto entusiasmo hasta que le mencioné la función "buscar y reemplazar". Había modificado el nombre de uno de los personajes de su novela, que resultó publicada con una serie inexplicable de Johns que no había logrado detectar y cambiar por Jim) (Becker, 2011, pág. 197)

La introducción de una innovación tecnológica en la vida cotidiana exige adaptación y el aprendizaje de una competencia antes no conocida, lo que repercute directamente en el quehacer profesional, en este caso, del sociólogo. La materialidad de la escritura, de la tinta y del papel no desaparece, sólo se traslada a otra entidad, la del artefacto digital. Dicho lo anterior, si uno de los elementos en la ecuación cambia, el agente 1 (el sociólogo) + el agente 2 (el ordenador), entonces esto no supondría, acaso, un cambio en el resultado de la ecuación (producción de la sociología).

No es posible responder a la inquietante cuestión sobre el grado de influencia de las herramientas tecnológicas en la transformación de la disciplina sociológica y cuanto más en el proceso de

³⁹ Becker rememora el acto de cortar y pegar un texto como una actividad a la que los escritores recurrían con frecuencia en la época de las máquinas de escribir. Para cambiar el lugar de un párrafo mecanografiado en una hoja de papel, el escritor tomaba unas tijeras y lo recortaba; luego lo pegaba en otro lugar del texto con cinta adhesiva. Los procesadores de texto de hoy en día son atinados en retomar esa imagen física en la actividad escritural.

producción intelectual. ¿Acaso en la era de internet el acceso a recursos incontables del campo sociológico y demás disciplinas humanísticas, la potencial entrada a circuitos sociales de científicos, no deberían dar una ventaja, una perspectiva universal de la cuestión que ocupa al especialista con relación a generaciones precedentes? Hegel y Luhmann, ambos de espíritu alemán, forjaron sus obras a partir de tecnologías de papel paralelas. Es una certeza que hoy se conoce más del mundo social que otrora, aunque la forma de relacionar ese conocimiento – nómbrese como inteligencia– tal vez no ha cambiado sustancialmente. El caso del fichero de Luhmann resulta fascinante ya que está presente la materialidad palpable del conocimiento, inútil por sí misma (materia muerta), si no se interconectan o ponen en relación el conjunto de referencias bibliográficas, las anotaciones e ideas, los hechos inconexos, plasmados a la usanza tradicional en papel y tinta. El principio de conexión o vinculación en el *Zettelkasten* fueron las referencias cruzadas. En la era digital el hipertexto presume la virtud de enlazar o linkear múltiples elementos; sin embargo, este principio opera desde hace tiempo en el mundo analógico tal y como lo adoptó el pupilo de Talcott Parsons (Krajewski, 2011, pág. 65) en el fichero.

El patrimonio del conocimiento de lo social es accesible *urbi et orbi* en formato digital. Consultar y capturar las enormes cantidades de información no reclama profundas habilidades informáticas. No obstante las condiciones de acceso, las estrategias y técnicas con las que el investigador tiende a sistematizar las ideas, a ponerlas en relación para producir conocimiento, obedece a un asunto personal, ocurre en la mente de cada especialista (Liberman & Kurt, 2013, pág. 123). De ahí que cada quien adopta lo que más le funciona en la práctica. En el segundo apartado del texto “Artesanía intelectual”, el sociólogo Charles Wright Mills recomienda organizar un archivo con ideas provenientes de la experiencia profesional, de la vivencia cotidiana, y hasta de los sueños, para después desarrollarlos en un pensamiento coherente y sistematizado. En 2015, hay quienes vehiculan otros medios en favor de la producción profesional, como cuando la socióloga Tressie McMillan Cottom, alias @tressiemcphd, sostiene en un micromensaje: “*That was a tweet that became a blog post that is now in something like 6 books, most of them academic [...]*”.

Por todo lo anterior es que hace ruido la siguiente cuestión: si las entidades no humanas guardan una mediación técnica que transforma la naturaleza de la acción en convergencia con la que imprimen los seres humanos de modo particular, entonces cuál ha sido el cambio de la disciplina

sociológica si la base material por la que se aprehende y produce el conocimiento no es la misma que la de hace cincuenta años. La respuesta aún sigue sin resolverse, este capítulo sólo ha querido desarrollar y justificar la interrogante.

V. A MODO DE CONCLUSIÓN

Este trabajo terminal ha propuesto un acercamiento a la comunicación informal entre un reducido y estratégico grupo de profesionales de la sociología con participación en la red digital Twitter. La labor de recolección de datos permitió sacar a la luz a una proporción nada insignificante de profesionales de la sociología con participación estable en una plataforma de comunicación informal. Un bloque sólido de usuarios, fieles a la red digital, que por el grado de especialización, esto es, por las actividades que realizan, están comprometidos con la disciplina de una forma contractual. Sin duda esto fue positivo para esta investigación, hasta cierto punto dio como resultado un horizonte límpido al observar *prácticas profesionales y formas de conectar entre pares* al margen de la institución oficial encaminadas a cumplimentar las obligaciones que exige una adscripción institucional.

En múltiples ocasiones se mencionó que la columna vertebral ha sido la comunicación informal y no la plataforma en sí misma. La noción de colegios invisibles entendida en esta investigación como el círculo social de contactos entre los profesionales de la sociología que se comunican entre sí por canales informales, cumplió el objetivo de señalar la trascendencia sociohistórica de la comunicación informal. Ayer fue la correspondencia epistolar; hoy las redes digitales, entre otros medios. Cabe decir que esta investigación pudo centrarse en la participación de usuarios en cualquier otra red digital distinta a la que se eligió. Pero es una verdad que la particularidad socio-tecnológica de la plataforma Twitter, la impronta del uso que le dan los usuarios, así como las reglas y los límites de la arquitectura con la que la red de los 140 caracteres fue confeccionada, aportan elementos excepcionales que sólo se encuentran en ese espacio digital, a saber: la brevedad, la inmediatez y la horizontalidad comunicativas; el multilingüismo y el boom mediático.

El resultado del análisis de redes sociales (ARS) sugirió una tendencia a vincularse con los iguales, a asociarse entre personas con características e intereses similares (*“birds of a feather flock together”*, versa el refrán en inglés). No obstante, al acotar la dimensión de la red de profesionales de la sociología, quedaron pendientes cruces de vinculaciones entre usuarios de distintas instituciones, países e intereses de investigación. Con el análisis del grupo londinense

(por una parte los usuarios de Goldsmith y por otro los de la LSE) se detectó un trasfondo a la hora de vincularse en la plataforma digital: las suscripciones no son horizontales, guardan una fuerte relación con los nexos que tienen los usuarios en la institución de pertenencia. La colaboración a cuatro manos en la publicación de artículos académicos fue un *vínculo fuerte* que se detectó entre usuarios de la red con adscripción a Goldsmith. A este tenor, escarbar profundo en las vinculaciones expuestas en la red Twitter contribuye a detectar a los integrantes de las tribus académicas de las que habla Tony Becher (1989).

Asimismo se encontró que el papel protagónico del sociólogo en la red, el nodo central, al que todos conocen por su papel en la academia o en los medios de exposición institucional, no siempre es el que tiene mayor alcance cuando se trata de conectar el flujo de información entre usuarios inconexos. Bajo esa circunstancia el usuario popular ocupa un papel de menor relevancia en la red con respecto al usuario intermediario, aquel que de forma subrepticia construye el puente de comunicación donde no existe.

Al construir una red de usuarios agrupada por idioma (castellano e inglés) y pertenencia institucional, el análisis de redes visualizó una significativa tendencia a vincularse entre pares con personas del mismo grupo lingüístico. El grafo también develó que el nodo cosmopolita (Craig Calhoun) es el único intermediario reconocido entre ambos grupos lingüísticos.

El análisis de contenido por corte generacional e importancia en la red, fue una elección metodológica que arrojó como resultado tres formas distintas de vivir la práctica profesional de la sociología, cada una de ellas atada significativamente al uso de la plataforma digital. No sólo se registró el uso académico del tuit para promover la actividad profesional y la de alter, también la expresión de la opinión en los asuntos de actualidad y en la expresión de la postura política ocuparon gran parte de la evidencia digital. En particular llamó la atención la publicación del micromensaje de tipo personal que tiende a exteriorizar el estado de ánimo ligado a la práctica profesional, a la tensión, a la [#lifeofanacademic](#), al *état de sprit* (la expresión es de Dominique Cardon), a la preocupación que se revela a la mirada pública en un mensaje catártico de 140 caracteres.

Cuando se trata de la autopromoción de la actividad académica, del adelanto exclusivo de los resultados de investigación, cuando se liberan por anticipado las buenas nuevas editoriales, uno puede entrever que en los usuarios yace una fuerte necesidad de compartir, un ímpetu de poner a disposición de los pares el trabajo propio de investigación por todos los medios posibles (a veces de forma redundante), incluso, cuando el trabajo apenas está en modo borrador, en una versión preliminar (ésta fue una tendencia de publicación que se observó en el análisis de contenido). Los sitios de redes sociales son en la actualidad un canal efectivo en esta tarea de distribución de contenido, plataformas digitales de potencial alcance global y masivo por no mencionar de reducido costo monetario. La dinámica de auto-difusión, en el fondo una filosofía del dar y de recibir, representa una inversión de recursos que fructifica a medida que el producto de investigación tiene mayor impacto de exposición. “*Dar con los ojos cerrados. Recibir con los ojos abiertos*” así lo afirma José Narosky a guisa proverbial. Sin embargo, en el circuito de la competencia académica, la filosofía del don no se practica de forma desinteresada como un espíritu solidario a todo precio. Mario Bunge lo expresa de modo lapidario cuando sentencia que “*el científico no distribuye sus resultados porque sea generoso (aunque a menudo lo es), sino porque tiene necesidad de expresarse y de ser reconocido. Sabe que habrá de recibir tanto más cuanto más dé, cuanto mejor comparta lo que obtiene*” (Bunge, 2002, pág. 3).

Lejos de concluir y dar por terminado el compás final de esta empresa, el balance de las ideas expuestas y el análisis de la evidencia digital *a posteriori* obligan a reflexionar sobre temas emergentes en los que se sugieren futuras vetas de estudio a emprender. Surgen cuatro puntos o insinuaciones intelectuales que interesa apuntar y probablemente, en el futuro, llevar a otro nivel de reflexión: la internacionalización del académico; la cuestión de la transición epistemológica; la prevención de prácticas antiéticas; y el fenómeno del *digital labor*. No se tocarán en profundidad, sólo se considera pertinente desarrollarlos de forma sucinta.

I

Escribir un blog, abrir una cuenta en Twitter, actualizar un perfil en academia.edu, subir los últimos *papers* en researchgate y mantener el CV al día en LinkedIn, se han convertido en actividades casi obligadas entre los especialistas de diversas disciplinas que deciden participar en

la dinámica digital. Usuarios que apuestan a la consolidación de un *ethos* académico, a una fuerte socialización de la práctica profesional en entornos digitales. Los sitios de redes sociales son el ~~nuevo~~ espacio donde se propicia el encuentro profesional, el descubrimiento del artículo académico o el establecimiento de un vínculo con otro colega por designio de la serendipia o de la búsqueda exhaustiva, el espacio de expresión de la opinión, la red de consulta donde se encuentran las fuentes de documentación que probablemente se utilizan en las investigaciones, la promoción de la actividad profesional propia y de los colegas. Esto no es nada nuevo. El entorno digital reviste prácticas antiguas de comunicación que ya se identificaban en el intercambio epistolar entre eruditos de hace siglos. Un vistazo a los archivos de la *Royal Society* deja entreverlo.

Cuando se trata de socializar, los congresos y las conferencias donde se dan cita los académicos de distintas zonas geográficas son un canal moderno de encuentro cuya condición, claro está, es el contacto cara a cara, *de visu*. Además de la potencial vinculación entre expertos, los comentarios sobre el trabajo intelectual que se expone, y los múltiples recursos y las oportunidades que implica tener amigos académicos en tribus extranjeras, estas reuniones —por supuesto, financiadas por la institución— propician la *internacionalización del académico* con frecuencia recluso a la exposición local.

La comunicación entre colegas en los sitios de redes sociales también funciona como un canal emergente que favorece la vinculación internacional entre académicos. Ésta contribuye al impulso del *académico cosmopolita*, aquél que apuesta por vincularse en círculos sociales de especialistas fuera de los que se tiene a la mano en la institución oficial. Concede un canal de contacto al académico cuya meta aspiracional busca ir más allá de las fronteras local y nacional. Aquél que lucha por colocar su producto de investigación en el mercado del impacto académico global. El contacto directo entre colegas desconocidos y geográficamente alejados a partir, por ejemplo, de Twitter, supone *simplificar* la mediación institucional, relajar las condiciones burocráticas, ir al grano, recibir documentación de primera mano. Permite economizar la búsqueda del contacto de los contactos, de buscar el favor de un tercero. La plataforma es un atajo para establecer un vínculo con alter.

Resulta una certeza que con las redes digitales destaca en primer plano el discurso de la demolición de la distancia geográfica, de la interconexión entre cada rincón del planeta y todavía un paso más allá: *“Hello Twitterverse! We r now LIVE tweeting from the International Space Station -- the 1st live tweet from Space! :) More soon, send your ?s”*, anunció desde su cuenta en Twitter el astronauta @Astro_TJ abordo de la estación espacial en enero de 2010. Sin embargo, también es cierto que la potencial vinculación a una escala local, como sugirió el Dr. Héctor Vera (tutor de esta investigación) en una sesión de asesoría, es un tipo de conexión de importante valor cuando un académico, por ejemplo, de la UNAM, encuentra que un colega de la UAM trabaja en temas de investigación similar al suyo; o cuando un sociólogo del Colegio de México se interesa en establecer comunicación con un investigador del Colegio de Michoacán. Esto no quiere decir que la mediación institucional (formal) o el intercambio de un correo electrónico son incapaces de vincular a uno y otro. Es el paso natural que se sigue. Sólo que el valor agregado de los sitios de redes sociales suma condiciones previas de encuentro, un contexto, por ejemplo al echar un vistazo en las publicaciones (timeline) de quien interesa contactar.

El establecimiento de una conexión por medios digitales de comunicación informal puede llegar a fortalecer el desarrollo de la disciplina a un nivel nacional. No cabe duda que un estudio centrado en la comunicación informal entre representantes de un campo disciplinar –a nivel nacional– arrojaría resultados de mayor precisión sobre el estado de la cuestión.

En síntesis, la difusión y socialización académicas cobran nuevas cotas con la mediación de las plataformas digitales de tinte informal. A nivel personal, el académico enriquece la formación intelectual; tiende a engrosar el círculo social donde desenvuelve el quehacer profesional. A nivel disciplinar, la sociología está evolucionando en una dirección que resta averiguar.

II

Hay académicos que no quieren saber nada de los sitios de redes sociales. Sin ningún problema llevan la vida profesional al margen de la efervescencia digital. Por otra parte, están los académicos de la primera mitad del siglo XXI, la mayoría de los profesionales de la sociología

que registró esta investigación, los especialistas de la disciplina que utilizan los recursos socio-digitales como una parte *natural* en el quehacer profesional. El avance generacional de los recién llegados a la disciplina continúa el curso: los estudiantes de doctorado se convertirán en candidatos al grado; los candidatos al grado lo habrán obtenido; y los doctores continuarán en la lucha por una posición y la permanencia académicas. Al final, la pregunta, todavía sin respuesta, no se debate entre quienes usan y no usan el medio. El paso generacional es inminente. De mayor interés resulta conocer en qué medida la disciplina sociológica, *a nivel epistemológico*, empujada por el gradual giro generacional de los profesionistas de la sociología, tiende a cambiar con la integración de la tecnología digital como insumo en la producción de conocimiento (acceso a recursos digitales, base de datos) y como forma de comunicación (autopromoción de la actividad académica en plataformas informales, contacto con colegas, por ejemplo). Con esto se quiere decir que si las herramientas de observación, análisis y comunicación que utilizan los profesionales de la sociología tienden a potencializarse con la tecnología digital, la producción de conocimiento debe encauzar en hallazgos de mayor profundidad y la ampliación de campos de estudio. A finales de los años sesenta Raymond Boudon (1974) subrayaba un cambio sustancial en la disciplina sociológica con el registro de la contabilidad de lo social en banco de datos.

Todavía es una incertidumbre saber en qué medida la transformación de la base material en la práctica profesional de los sociólogos afecta el resultado intelectual de la labor académica. El *Zettelkasten* (fichero) de Niklas Luhmann y la adopción del ordenador personal son casos ilustrativos. La tecnología avanza a un ritmo acelerado y la integración de ésta en la disciplina sociológica guarda predilección por la cocción a fuego lento. La apropiación tecnológica avanza a un ritmo generacional; el uso de redes digitales ya no es una alternativa, cada vez más es una obligación.

III

Tener un círculo social activo de colegas en los sitios de redes sociales representa el sometimiento a la mirada pública de aspectos *íntimos* e introvertidos en la labor de investigación. A este respecto cabe decir que la constante exposición de la actividad profesional por medios informales de comunicación, en específico Twitter, funciona como un panóptico en el que en

todo momento está presente el ojo de los pares: durante la jornada de actividad profesional, en el proceso de investigación cuando apenas el artículo, por ejemplo, está en la etapa de borrador; y a la postre, cuando la investigación se materializa en una publicación formal avalada por los pares. Hasta de los detalles que involucran la vida personal del usuario uno se entera.

La importancia de la comunicación entre colegas en un circuito digital (formal o informal) cobra mayor sentido cuando ante el tragi-escandaloso caso de Rodrigo Núñez Arancibia (“el plagiador serial”), José Antonio Aguilar, investigador del CIDE e indirectamente afectado, comenta que la fragmentación de la academia fue una brecha que éste aprovechó. Tal y como señala el artículo periodístico “Confesiones de un plagiador” (*Tendencias*, 1 de agosto de 2015), Arancibia fue un académico solitario, aislado del gremio social, depresivo. Como los restos apenas reconocibles de la destrucción que deja un huracán a su paso, la cuenta personal de Arancibia en LinkedIn todavía exhibe lo que antes fue: la lúgubre sombra de un perfil donde detenta el cargo de profesor investigador, un investigador con *cero contactos*,

La *transparencia* de la dinámica abierta de comunicación entre colegas puede contribuir, sin duda, a prevenir prácticas anti-éticas en la disciplina: la omisión de la referencia bibliográfica, la apropiación de ideas ajenas, el olvido —a veces accidental y otras deliberado— al crédito de la investigación de un alter, o dicho sin eufemismo, a la práctica del plagio como ya se apuntó. No obstante, la *vigilancia* pública entre pares sobre los aspectos cotidianos de la comunicación entre académicos, sobre la urdimbre de las ideas, no sólo funciona como medio preventivo. La propiedad translúcida de la comunicación encierra una paradoja. El mar de recursos e ideas, la promoción de resultados de investigación, la curaduría de contenido especializado, el consejo académico y la referencia a los textos y a los autores, el cómodo acceso a flujos de información proveniente de otros países y otras lenguas (el plagio de la traducciones), la identificación de los usuarios “útiles”, los que nunca demandarán justicia por el remedo de sus ideas en otras latitudes, constituyen una inagotable fuente oportunista de recursos cuando se trata de apropiarse del producto intelectual ajeno. Con todo, el problema de fondo, en un medio digital o en uno impreso, sigue siendo el valor de la ética profesional, recordemos que una buena parte de la materia prima del “plagiador serial” fueron las publicaciones impresas sin digitalizar.

IV

Luego del trabajo de recolección de datos que involucró la primera y la última etapa de esta investigación (la extracción de la evidencia de los perfiles de los sociólogos, el registro de la actividad de los usuarios y las micropublicaciones), tarea efectuada por la explotación de datos provenientes de sitios de redes sociales (Twitter, LinkedIn, Academia.edu), surge una cuestión frente al actual debate de lo que se denomina *digital labor*.

En una etapa temprana de este estudio se afirmó que el flujo de información producido por especialistas de la disciplina sociológica genera un valor agregado, una acumulación de recursos de conocimiento cincelados en un soporte material que pertenece, en este caso, a Twitter Inc. En potencia, esta materia prima es aprovechada por los entendidos en el tema cuando la integran en el trabajo intelectual. Sin embargo, el entusiasmo, no gratuito y justificado, que inspira la innovación tecnológica de la red digital y los recursos cognoscitivo y social que propician, se torna problemático, hasta turbio, al considerar a quienes participan *como trabajadores y no como usuarios*. Al publicar un micropensamiento en Twitter, compartir fotos en Facebook, y reaccionar con *likes* o *retuits* a la información que publican los círculos próximos de familiares, amigos y conocidos, las empresas del capitalismo informacional son alimentadas con datos del comportamiento humano que generan un valor económico. Cuando un usuario acepta las condiciones de política de uso de las plataformas digitales, cede la propiedad de los datos, el usufructo de la detalles de la vida digital. La captación del comportamiento del usuario es digerida en forma de métrica para devenir en insumo de la economía digital. Se venden los pensamientos, las preferencias en materia de consumo cultural, los contactos sociales, las fotos de los familiares, toda expresión humana volcada en la plataforma digital. Parafraseando a Antonio Casilli, el fenómeno del *digital labor* debe considerarse como un trabajo implícito al que ningún usuario “conectado” puede escapar; es “*el trabajo de la presencia en línea*”, dixit. Un trabajo intermitente e ineluctable que se realiza durante diferentes intervalos de la jornada de la vida cotidiana: en todo momento y en cualquier lugar. Durante “el tiempo libre”, durante el tiempo laboral, durante el tiempo de descanso. Un trabajo no percibido como tal, oculto, sutil, no retribuido y hasta placentero, una actividad laboral que se suma al trabajo oficial y remunerado. El tiempo que se consagra a la actividad digital, gran parte destinada al esparcimiento, no es

insignificante. En el contexto de esta investigación ya se mostró que un asistente de profesor, doctor joven que obtuvo su grado en 2015, dedicó una fracción de la mañana, del día, de la noche o de la madrugada, a publicar 122,787 micromensajes desde mayo de 2010 hasta el primer cuatrimestre de 2015. La acumulación desmesurada de tal cifra exige un ritmo de publicación de 67.3 *tweets* por día y, claro está, destinar un presupuesto del tiempo laboral o de la vida personal para efectuar esta tarea repetitiva, este trabajo no percibido como tal.

ANEXO. Pierre @bourdieu

El tema de investigación que aquí se propone surge como el resultado de un proyecto digital puesto en marcha en 2007. En aquél entonces la formación académica y preferencia por la teoría sociológica francesa de Pierre Bourdieu, de quien escribe, animaron a difundir su pensamiento en un entorno comunicativo que apenas se perfilaba como el *mainstream* de la cultura digital. Previo a la incursión de la nueva ola de plataformas digitales que surgían en internet, ya se contaba con experiencia en la difusión de recursos sociológicos como fundador y editor, desde 2004 hasta hoy, del blog *Sociología Contemporánea* (SC) sociologiac.net

En cuanto activo partícipe de la cultura digital y siempre atento al surgimiento de nuevas herramientas que sirvieran en la difusión y la estimulación del pensamiento sociológico, fue que se decidió incursionar a la red digital Twitter bajo la identidad o el alias de Pierre Bourdieu. Esta elección fue condicionada, sin la menor duda, por la propia formación de estudios universitarios en sociología. En aquella época, y es probable que hoy en día, Bourdieu fue el sociólogo con mayor presencia en cuanto a recursos digitales se refiere. De tal suerte que la puesta en escena de Bourdieu cumpliría con el objetivo de difundir de forma exhaustiva la masiva pila de recursos digitales que circulaban en internet.

Tras el lanzamiento público en 2006, la red digital Twitter se convirtió poco a poco en una de las innovaciones tecnológicas más interesantes de la época. Reunía el uso de la telefonía móvil vinculada a internet, ahora algo común y obligado. La dinámica de participación que debía responder a la pregunta *What are you doing?* consistía en publicar micromensajes de no más de 140 caracteres a través del teléfono móvil (SMS e internet) o de la computadora personal. A la postre, lo más interesante resultó ser el uso, contrario para el que fue pensado, que le dieron los usuarios en los más diversos contextos. Para ellos resultaba interesante, y hasta adictivo, escribir mensajes cortos de menos de 140 caracteres. Se sentían más cómodos y aptos que con respecto, por ejemplo, al *blog*, una tecnología de publicación ya consolidada en ese tiempo y que sin duda exige un mayor tiempo de preparación del texto a publicar. Resulta similar como cuando se escribe un correo electrónico, la persona que se comunica por ese medio debe dedicar un tiempo

considerable en la redacción y la argumentación del mensaje si se espera transmitir una comunicación coherente y efectiva. Jack Dorsey, uno de los co-fundadores de Twitter, lo expresa de la siguiente forma: “*Para mí un blog es intimidante, es como mirar un enorme lienzo. Hay muchas posibilidades, pero cuando el espacio es restringido, da menos miedo. Puedes ser más directo y decir lo que piensas*”. Lo anterior, el espíritu con el que fue concebido, sugiere que la economía lingüística de Twitter (*microblogging* es el término que se emplea para clasificar este tipo de herramienta de publicación) incita a los usuarios a publicar mensajes en todo momento y en todas las situaciones, dando como resultado un tipo de comunicación digital “en vivo”, en tiempo real. Una comunicación que da a conocer *in situ* lo que ocurre en el preciso momento en que se publica.

De esta manera, la brevedad en la extensión de mensajes, sumada a la facilidad de unirse a la plataforma y de publicar información de interés compartido —a sabiendas del potencial alcance planetario— fueron factores que empujaron la creación de una presencia, jugando con una identidad que no era la propia, en esta red digital.

Posterior a la apertura de la cuenta Pierre Bourdieu (@bourdieu en Twitter <https://twitter.com/bourdieu>) en 2007, se decidió dar a conocer a un público mayor la existencia de este incipiente proyecto a través de la publicación de un *post* en el sitio de *Sociología Contemporánea* <http://bit.ly/1wNL5bs>, el cual ya contaba con una acreditación y reconocimiento mundiales. La respuesta no obtuvo gran aceptación. Twitter apenas comenzaba a darse a conocer en el mundo hispanoparlante. Al final, el mismo efecto de atracción de los sitios de redes sociales como consecuencia de su uso en las más inesperadas situaciones, ocasionó que en lo sucesivo se sumara un público más amplio a esta red digital, entre los que se encontraban sociólogos, filósofos, historiadores y otros tantos profesionales vinculados a las ciencias sociales y humanidades. Se podría afirmar *a priori* que estos buscaban compartir información y conocimiento relativos a la cultura sociológica, promocionar el propio trabajo académico o simplemente estar al tanto de lo que se comunicaba entre pares.

La cuenta Pierre Bourdieu tuvo en un primer momento el objetivo de difundir información referente a la obra y persona a la que se aludía: artículos, libros, anuncios de conferencias,

eventos y demás sucesos de la cultura bourdieusiana. Años más tarde, en una segunda fase, se decidió ampliar el espectro de contenido al optar por la publicación de todo tipo de información referente a las ciencias sociales, a la filosofía y a las humanidades. En fin, todo recurso electrónico que sirviera como estimulante, como sustancia activa para el pensamiento social en los ámbitos académico y profesional.

Al finalizar el 2015, ocho años después de su creación, @bourdieu reúne a casi 38 mil seguidores o *followers*, cifra bastante elevada si se considera una cuenta de contenido académico especializado, sin valor aparente para personas comunes. Con todo, la relevancia de este tipo de cuenta en Twitter no debe medirse llanamente por su alcance aritmético, aunque es importante señalar que este indicador nos da una idea de las dimensiones que adquirió @bourdieu al atraer la atención de una considerable cantidad de personas vinculadas con la sociología y disciplinas afines.

Más allá del proyecto Pierre Bourdieu en Twitter, lo fundamental a destacar es que éste debe considerarse como un eslabón, o empleando la terminología de redes, un nodo que conecta con individuos e instituciones relacionados con la sociología, de otro modo difícilmente rastreables sin una brújula confiable en el océano mundial de la red Twitter. Para hablar en términos concretos, la puesta en marcha de @bourdieu permitió registrar un universo exploratorio de alrededor de 400 profesionales de la sociología, personas adscritas a una institución académica y procedentes de distintas partes del mundo con características heterogéneas (idioma, grado académico, género y adscripción institucional, por ejemplo) y difíciles de rastrear por otros medios e, incluso, por intermediación de otras cuentas en el mismo Twitter. Aquí es imperativo señalar que el simple reconocimiento y popularidad del sociólogo francés —para muchos el nombre de Pierre Bourdieu es sinónimo de sociología— ha sido importante, pero no suficiente, para producir el *efecto universalista* de aceptación que aparentan las cifras de sus seguidores (*followers*). Lo que cobra mayor peso es que desde su apertura en junio de 2007 se ha intentado mantener *viva* la cuenta Pierre Bourdieu con la periódica publicación de mensajes o *tweets* referentes a las ciencias sociales en distintas lenguas (español, inglés y francés). Al final de noviembre de 2015 la cuenta Bourdieu ha emitido 6885 micromensajes.



Ilustración 7. Captura de pantalla de la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter (1 de septiembre de 2015).

El efecto de autenticidad que ha producido la puesta en marcha de la identidad de Pierre Bourdieu en Twitter –en la jerga de internet se denomina a este tipo de identidad como *fake*, falso– ha sido tal que días después de la muerte del historiador Eric Hobsbawm, su hija Julia Hobsbawm (@juliahobsbawm en Twitter) escribió –a @bourdieu– el siguiente mensaje por vía directa o privada: “*My dad often read you*” (4 de octubre de 2012). Por otra parte, la revista francesa *Le magazine de l'homme moderne*, pioneros en la difusión del pensamiento de Bourdieu en la web, también ha reconocido la labor de difusión de @bourdieu al agregar un enlace de referencia en su sección de sitios web recomendados bit.ly/1wNOKWu. Lo anterior sugiere que existe una correspondencia, una coherencia entre el contenido y el personaje. No sólo cobra peso quién lo dice sino también lo que éste dice.

Si bien, como se dijo al principio, el objeto que ocupa a esta investigación es consecuencia directa de la puesta en marcha de la cuenta Pierre Bourdieu en Twitter, de la evidencia digital que

propició, ha sido pertinente dar a conocer, en una suerte de autoetnografía, la simiente, la génesis que propició el rastreo de un número considerable de usuarios y sus intervenciones, esto es, la evidencia y materia prima que constituyen la parte sustancial de las unidades de registro con las que se desarrolló esta investigación, a saber: los profesionales de la sociología (cuentas de Twitter), los mensajes (*tweets*) producidos por ellos y las vinculaciones (suscripciones o *followers*) que unen a estos sujetos entre sí en un espacio digital específico.

Antonomasia: El nombre de usu@rio por el propio

Dice la definición que la antonomasia consiste en sustituir el nombre propio de alguien por una expresión o cualidad que lo describe y que se acepta universalmente. En la plataforma Twitter también se prescribe tal figura literaria. Es común encontrar cuentas de usuario que adoptan la identidad de personajes históricos, literatos, artistas, tal y como se hizo en esta investigación con la del sociólogo francés. Cuando un usuario publica un *tweet* ocurre que ya no alude al nombre propio sino al @nombre_de_usuario, a una entidad que lleva consigo la identidad verdadera entremezclada con la identidad que se forja en el mundo digital.

Muchos de los usuarios que están suscritos a la cuenta de Pierre Bourdieu en Twitter tienden a utilizar el apelativo @bourdieu para referir tanto al sociólogo francés (de forma directa e indirecta) como a la presencia digital, para referenciarlo en una cita textual, para llamar la atención de quien administra la cuenta o, quizás, para intentar conversar con el mismo Bourdieu (muchos no saben que falleció en 2002). Ya no tipean Pierre Bourdieu sino @bourdieu. Esta cuenta de usuario adquirió una personalidad propia. Tal gesto de reconocimiento, de transgresión a la identidad del verdadero portador del nombre propio, es un voto de confianza a la información que se publica, al tiempo que un gesto de autoridad y reputación. No sólo cuentas de usuario personales sino de diversas instituciones en la plataforma tienden a referir a @bourdieu en variados contextos.

A continuación se presenta un registro histórico a modo de antología que ilustra dicha propiedad cuando se alude a la antonomasia.

“@bourdieu @Yale Thanks, Pierre!
Hope to see you there! PS. Loved the
Introduction to Reflexive Sociology”

— Fabio Rojas, @fabiorojas

“Uno no escapa al trabajo de
construcción del objeto y a la
responsabilidad que él implica.” (Homo
Academicus- @bourdieu)”

— Ivonne Méndez, @melangerie_

Acaba de llegar a @UdeABibliotecas Sobre el Estado, de Pierre @bourdieu

— J. Camilo Domínguez @elbrujo presente

“Delighted to have been noticed by Pierre @bourdieu for my @LSEReviewBooks
review, despite his death 12yrs ago!”

— Andrew Molloy, @AndrewJMolloy

“Congratulations to @bourdieu for having the most cited work in sociology journals
this year. <https://scatter.wordpress.com/2012/12/21/cited/>”

— Neal Caren, @HaphazardSoc

“@RealDiogo @bourdieu Yes but
Bourdieu is a fake and I am the real one,
alive! ;-)”

— Pierre Levy, @plevy

“No conocía esta revista gracias
@bourdieu imn <http://limn.it/>”

— María Elena Meneses,
@marmenes

"Intervenciones políticas. Un sociólogo en
la barricada", de Pierre Bourdieu.
¡Novedad de abril! @bourdieu

— Siglo XXI Editores, @sigloxxiarg

@AntonioCasilli @bourdieu est
vivant ? On nous aurait menti comme
pour Elvis, 2Pac et Bob Marley ?

— Thomas Prud'homme,
@Totololito

Pierre @bourdieu interview concerning his #PhDlife in #Algeria and #photography:
<http://bit.ly/1MY6dSd> makes me want to invest in a #camera

— Mika Laiho, @LaihoMika

A very happy birthday to #sociologist Pierre @bourdieu (1930-2002) who wrote so eloquently on #resistance to the tyranny of the #market

— John Falzon, @JohnFalzon

I keep forgetting that @bourdieu is not actually Pierre Bourdieu tweeting from beyond the grave. Or is it?

— R. Stuart Geiger, @staeiou

@bourdieu Si queréis podéis comprarlo en nuestra página web: <http://bit.ly/1MY6dSd>
Tenemos NOVEDAD con un artículo suyo <http://bit.ly/1NfeF5V>

— Gedisa Editorial, @GedisaEditorial

Señores. Recuerden que desde mañana hasta el jueves de 9 a 13 en la UACO dicto taller sobre @Bourdieu

— Yuki, @lucrecia

Y de @bourdieu “Campo intelectual, campo de poder” <http://bit.ly/1kJkwE5>

— Ana Ivelisse, @anaivelisse

Luto: @bourdieu Muere Eric Hobsbawm (1917-2012), el gran historiador marxista del siglo XX <http://bit.ly/P6fKzb>

— FLACSO, @FLACSOSG

#CitationDuLundi : Pierre #Bourdieu @bourdieu

[imagen]

— Sciences Humaines, @SH_mag

Not sure how I feel about the ethics of tweeting random things under the name of someone so recently passed. @bourdieu

— Helen South, @helsouth

@bourdieu Thank you. My much more recent book is Blue Future, Protecting Water for People and the Planet Forever.

— Maude Barlow, @MaudeBarlow

ANEXO ESTADÍSTICO

PERFIL ACADÉMICO (PhD, Doctorado)		
	Frecuencia	Porcentaje
Candidato	40	14.3
Concluido	197	70.4
Estudiante	33	11.8
Postdoc	10	3.6
Total	280	100

PAÍS			
	Países	Frecuencia	%
<i>Total</i>	27	280	100
EUA		120	42.9
Inglaterra		52	18.6
Francia		25	8.9
Canadá		13	4.6
España		10	3.6
Alemania		7	2.5
México		7	2.5
Australia		6	2.1
Turquía		6	2.1
Argentina		5	1.8
Brasil		3	1.1
Holanda		3	1.1
Noruega		3	1.1
Bélgica		2	0.7
Chile		2	0.7
Escocia		2	0.7
Italia		2	0.7
Portugal		2	0.7
Suecia		2	0.7
Aruba		1	0.4
Dinamarca		1	0.4
Irlanda		1	0.4
Israel		1	0.4
Japón		1	0.4
Polonia		1	0.4
Suiza		1	0.4
Venezuela		1	0.4

IDIOMA			
	Lenguas	Frecuencia	%
<i>Total</i>	15	280	100
Inglés		205	73.2
Español		23	8.2
Francés		23	8.2
Turco		6	2.1
Alemán		5	1.8
Catalán		3	1.1
Holandés		3	1.1
Noruego		3	1.1
Portugués		3	1.1
Danés		1	0.4
Hebreo		1	0.4
Italiano		1	0.4
Japonés		1	0.4
Polaco		1	0.4
Sueco		1	0.4

AÑO DE UNIÓN A LA RED DIGITAL		
	Frecuencia	Porcentaje
<i>Total</i>	280	100
2007	10	3.6
2008	34	12.1
2009	75	26.8
2010	43	15.4
2011	51	18.2
2012	42	15
2013	19	6.8
2014	6	2.1

GÉNERO		
	Frecuencia	Porcentaje
<i>Total</i>	280	100
Mujeres	164	58.6
Hombres	116	41.4

AÑO DE OBTENCIÓN DEL DOCTORADO		
	Frecuencia	%
<i>Total</i>	280	100
0	98	35.0
1966	1	0.4
1979	1	0.4
1980	1	0.4
1983	1	0.4
1984	2	0.7
1986	2	0.7
1987	1	0.4
1988	1	0.4
1990	2	0.7
1991	1	0.4
1992	1	0.4
1993	6	2.1
1994	2	0.7
1995	6	2.1
1996	3	1.1
1997	4	1.4
1998	4	1.4
1999	4	1.4
2000	5	1.8
2001	9	3.2
2002	3	1.1
2003	13	4.6
2004	7	2.5
2005	5	1.8
2006	11	3.9
2007	13	4.6
2008	8	2.8
2009	11	3.9
2010	8	2.8
2011	17	6
2012	8	2.8
2013	13	4.6
2014	7	2.5
2015	1	0.4

POSICIÓN ACADÉMICA			
	Posiciones	Frec.	%
<i>Total</i>	31 ⁴⁰	280	100
Professor		48	17.1
Assistant Professor		46	16.4
Associate Professor		35	12.5
Candidate		30	10.7
Student		28	10.0
Lecturer		11	3.9
Postdoc		10	3.6
Maitre de conférence		9	3.2
Senior Lecturer		8	2.9
Professor Researcher		7	2.5
Researcher		7	2.5
Research Fellow		6	2.1
Director		4	1.4
N/A		4	1.4
Reader		3	1.1
Research Assistant		3	1.1
Chargé de recherche		2	0.7
Professor Emeritus		2	0.7
Visiting Assistant Professor		1	0.4
Adjunct Instructor		1	0.4
Advisor to London CEFTUS		1	0.4
Associate Tutor		1	0.4
Centenary Research Professor		1	0.4
Chair for Cultural Theory and Analysis		1	0.4
College Registrar		1	0.4
Deputy Head of Knowledge Transfer Unit, GESIS		1	0.4
Directeur de recherche		1	0.4
Research Associate		1	0.4
Research Chair		1	0.4
Senior Associate Dean		1	0.4
Senior Instructor of Medicine		1	0.4
Senior Researcher		1	0.4
Sociology Instructor		1	0.4
Strategic Research and Partnerships Advisor		1	0.4
Teaching Associate		1	0.4

⁴⁰ Para el conteo de las posiciones no se tomaron en cuenta *student*, *candidate* y *postdoc*.

INSTITUCIÓN DE AFILIACIÓN ACADÉMICA			
	Instituciones	Frecuencia	%
<i>Total</i>	210	280	100
1. London School of Economics and Political Science		6	2.1
2. University of London, Goldsmiths		6	2.1
3. Universidad Nacional Autónoma de México		5	1.8
4. University of Warwick		5	1.8
5. Universidad de Buenos Aires		4	1.4
6. University of Michigan		4	1.4
7. Brown University		3	1.1
8. Indiana University		3	1.1
9. Michigan State University		3	1.1
10. Princeton University		3	1.1
11. University of Leeds		3	1.1
12. University of Leicester		3	1.1
13. University of Maryland		3	1.1
14. University of Texas at Austin		3	1.1
15. University of Toronto		3	1.1
16. N/A		2	0.7
17. Columbia University		2	0.7
18. Cornell University		2	0.7
19. Ecole Normale Supérieure		2	0.7
20. Fondation Maison des Sciences de l'Homme		2	0.7
21. Georgia State University		2	0.7
22. Kent State University		2	0.7
23. New York University		2	0.7
24. Newcastle University		2	0.7
25. Northwestern University		2	0.7
26. Open University		2	0.7
27. Pennsylvania State University		2	0.7
28. Sciences Po		2	0.7
29. Telecom ParisTech		2	0.7
30. Temple University, College of Liberal Arts		2	0.7
31. Universidad de Barcelona		2	0.7
32. Université Paris 8		2	0.7
33. University College London		2	0.7
34. University of Canberra		2	0.7
35. University of Edinburgh		2	0.7
36. University of Manchester		2	0.7
37. University of Minnesota		2	0.7

38. University of North Carolina, Chapel Hill	2	0.7
39. University of Notre Dame	2	0.7
40. University of Oslo	2	0.7
41. University of South Carolina	2	0.7
42. University of Virginia	2	0.7
43. York University	2	0.7
44. Zeppelin University, Friedrichshafen	2	0.7
45. Adnan Menderes University	1	0.4
46. Ambrose University	1	0.4
47. Anadolu University	1	0.4
48. Anglia Ruskin University	1	0.4
49. Aston University	1	0.4
50. Auburn University, Montgomery. College of Public Policy and Justice	1	0.4
51. Bologna University	1	0.4
52. Boston College	1	0.4
53. Boston University	1	0.4
54. Brock University	1	0.4
55. Brooklyn College	1	0.4
56. Case Western Reserve University at MetroHealth Medical Center	1	0.4
57. Central College	1	0.4
58. Centre d'étude des mouvements sociaux, Institut Marcel Mauss	1	0.4
59. Centre de Etudes sur l'actuel et le Quotidien	1	0.4
60. Centre de Recherches Sociologiques et Politiques de Paris	1	0.4
61. City University London	1	0.4
62. City University of New York, John Jay College	1	0.4
63. City University of New York. CUNY School of Public Health	1	0.4
64. City University of New York. Hunter College	1	0.4
65. City University of New York. The Graduate Center	1	0.4
66. Colegio de México	1	0.4
67. Colombus State Community College	1	0.4
68. Colorado State University - Pueblo	1	0.4
69. De Montfort University, Leicester	1	0.4
70. Deakin University	1	0.4
71. Durham University	1	0.4
72. Eastern Oregon University	1	0.4
73. Ecole des hautes études en sciences sociales	1	0.4
74. Ecole Normale Supérieur Lyon	1	0.4
75. Excelsior College	1	0.4
76. Fatih University	1	0.4

77. Federal University of Paraná	1	0.4
78. Florida Atlantic University	1	0.4
79. Florida State University	1	0.4
80. Franklin and Marshall College	1	0.4
81. Georgia College	1	0.4
82. Georgia Southern University	1	0.4
83. GESIS. Leibniz Institute for the Social Sciences	1	0.4
84. Ghent University. Faculty for Political and Social Sciences	1	0.4
85. Goldsmiths College	1	0.4
86. Hamilton College	1	0.4
87. Harvard University	1	0.4
88. Hitotsubashi University	1	0.4
89. Illinois State University. College of Education	1	0.4
90. Inonu University	1	0.4
91. Johnson County Community College	1	0.4
92. King's College London	1	0.4
93. Kozminski University	1	0.4
94. Laboratoire Méditerranéen de Sociologie (LAMES, Aix-en-Provence)	1	0.4
95. Lausanne University	1	0.4
96. Leiden University	1	0.4
97. Lone Star College	1	0.4
98. Long Island University Post	1	0.4
99. Loughborough University	1	0.4
100. Loyola University Chicago	1	0.4
101. Maastricht University	1	0.4
102. Maison méditerranéenne des sciences de l'homme	1	0.4
103. McGill University	1	0.4
104. McMaster University	1	0.4
105. Middle East Technical University	1	0.4
106. Mount Saint Vincent University	1	0.4
107. Neighborhood Centers Inc	1	0.4
108. Nevada State College. School of Liberal Arts and Sciences	1	0.4
109. Nitel Araştırma Merkezi	1	0.4
110. Northeastern University	1	0.4
111. Northern Kentucky University	1	0.4
112. Northwestern University. Management and Organizations, Kellogg School of Management	1	0.4
113. Occidental College	1	0.4
114. Ohio State University	1	0.4
115. Oslo and Akershus University College of Applied Sciences	1	0.4

116. Partners Center for Connected Health, Harvard Medical School	1	0.4
117. Pitzer College	1	0.4
118. Plymouth University. Faculty of Arts and Humanities. Plymouth Institute of Education	1	0.4
119. Queens College	1	0.4
120. San José State University. College of Humanities and the arts	1	0.4
121. Sao Paulo State University	1	0.4
122. Social Media Research Foundation	1	0.4
123. Sonoma State University. Hutchins School of Liberal Studies	1	0.4
124. St. Lawrence University	1	0.4
125. Stanford University	1	0.4
126. State University of New York College at Cortland	1	0.4
127. State University of New York, Buffalo State	1	0.4
128. State University of New York, New Paltz	1	0.4
129. State University of New York, The College at Brockport	1	0.4
130. Stockholm University	1	0.4
131. Technical University of Berlin	1	0.4
132. Technical University of Lisbon	1	0.4
133. Technische Universität Chemnitz	1	0.4
134. Texas AandM University	1	0.4
135. The University of Arizona	1	0.4
136. Trinity College Hartford Connecticut	1	0.4
137. Umea University, Sweden	1	0.4
138. Universidad Autónoma de Madrid	1	0.4
139. Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco	1	0.4
140. Universidad de Alicante	1	0.4
141. Universidad de Chile	1	0.4
142. Universidad de Salamanca	1	0.4
143. Universidad de Santiago de Chile	1	0.4
144. Universidad de Valencia	1	0.4
145. Universidad Metropolitana	1	0.4
146. Universidad Nacional de Santiago del Estero	1	0.4
147. Universidade da Coruña. Equipo de sociología de las migraciones internacionales	1	0.4
148. Universitat Autònoma de Barcelona	1	0.4
149. Universitat Oberta de Catalunya. Gender and ICT Research Programme	1	0.4
150. Université de Liège	1	0.4
151. Université de Lyon	1	0.4
152. Université de Montreal	1	0.4
153. Université de Nantes	1	0.4

154. Université de Nice Sophia Antipolis	1	0.4
155. Université de Strasbourg	1	0.4
156. Université de Toulouse Capitole	1	0.4
157. Université de Versailles, Saint-Quentin-en-Yvelines	1	0.4
158. Université des Sciences et Technologies de Lille (Lille-1)	1	0.4
159. Université Toulouse Jean Jaurès	1	0.4
160. University College Dublin	1	0.4
161. University of Amsterdam	1	0.4
162. University of Aruba	1	0.4
163. University of Bamberg	1	0.4
164. University of Bath	1	0.4
165. University of Bristol	1	0.4
166. University of California, Berkeley	1	0.4
167. University of California, Davis	1	0.4
168. University of California, Los Angeles	1	0.4
169. University of California, Merced	1	0.4
170. University of Cambridge	1	0.4
171. University of Campinas	1	0.4
172. University of Central Florida	1	0.4
173. University of Connecticut	1	0.4
174. University of Copenhagen	1	0.4
175. University of East of London	1	0.4
176. University of Georgia	1	0.4
177. University of Greenwich	1	0.4
178. University of Haifa	1	0.4
179. University of Kansas	1	0.4
180. University of Konstanz	1	0.4
181. University of London, Birbeck	1	0.4
182. University of Maine	1	0.4
183. University of Manitoba	1	0.4
184. University of Massachusetts Amherst	1	0.4
185. University of Nevada, Las Vegas	1	0.4
186. University of Oklahoma	1	0.4
187. University of Porto	1	0.4
188. University of Queensland	1	0.4
189. University of Richmond, Virginia	1	0.4
190. University of Salford	1	0.4
191. University of San Francisco	1	0.4
192. University of Sheffield	1	0.4
193. University of South Australia	1	0.4

194. University of South Florida, Tampa	1	0.4
195. University of Southern California. Dornsife, College of Letters, Arts and Sciences	1	0.4
196. University of Surrey	1	0.4
197. University of Sussex	1	0.4
198. University of Tasmania	1	0.4
199. University of Teramo	1	0.4
200. University of Utah	1	0.4
201. University of Western Ontario	1	0.4
202. University of Wisconsin-Madison	1	0.4
203. University of York	1	0.4
204. Vanderbilt University	1	0.4
205. Virginia Commonwealth University	1	0.4
206. Wake Tech Community College	1	0.4
207. Wilfrid Laurier University	1	0.4
208. William Paterson University, Wayne, New Jersey	1	0.4
209. Worcester State University	1	0.4
210. Yale University	1	0.4

CIUDADES			
	Ciudades	Frecuencia	%
<i>Total</i>	167	280	100
1. Londres		22	7.9
2. Paris		13	4.6
3. Mexico City		7	2.5
4. Coventry		5	1.8
5. New York, NY		5	1.8
6. Toronto, ON		5	1.8
7. Ann Arbor, MI		4	1.4
8. Barcelona		4	1.4
9. Brooklyn, NY		4	1.4
10. Buenos Aires		4	1.4
11. Leicester		4	1.4
12. Austin, TX		3	1.1
13. Boston, MA		3	1.1
14. Chicago, IL		3	1.1
15. Estambul		3	1.1
16. Ithaca, NY		3	1.1
17. Los Angeles, CA		3	1.1
18. Oslo		3	1.1

19. Princeton, NJ	3	1.1
20. Providence, RI	3	1.1
21. Athens, GA	2	0.7
22. Atlanta, GA	2	0.7
23. Berkeley, CA	2	0.7
24. Bloomington, IN	2	0.7
25. Cambridge	2	0.7
26. Canberra	2	0.7
27. Chapel Hill, NC	2	0.7
28. Charlottesville, VA	2	0.7
29. Columbia, SC	2	0.7
30. Columbus, OH	2	0.7
31. East Lansing, MI	2	0.7
32. Edimburgh	2	0.7
33. Friedrichshafen	2	0.7
34. Las Vegas, NV	2	0.7
35. Leeds	2	0.7
36. Lyon	2	0.7
37. Madrid	2	0.7
38. Manchester	2	0.7
39. Minneapolis, MN	2	0.7
40. Montréal	2	0.7
41. Newcastle upon Tyne	2	0.7
42. Notre Dame, IN	2	0.7
43. Ontario	2	0.7
44. Philadelphia, PA	2	0.7
45. Richmond, VA	2	0.7
46. Santiago	2	0.7
47. Sao Paulo	2	0.7
48. State College, PA	2	0.7
49. Toulouse	2	0.7
50. Adelaide	1	0.4
51. Aix-en-Provence	1	0.4
52. Albany, NY	1	0.4
53. Alicante	1	0.4
54. Amsterdam	1	0.4
55. Ankara	1	0.4
56. Ashtabula, OH	1	0.4
57. Baltimore, MD	1	0.4
58. Bath	1	0.4

59. Belmont, CA	1	0.4
60. Berlin	1	0.4
61. Birmingham	1	0.4
62. Boca Raton, FL	1	0.4
63. Bologna	1	0.4
64. Brighton	1	0.4
65. Brisbane, QLD	1	0.4
66. Bristol	1	0.4
67. Brockport, NY	1	0.4
68. Brookville, NY	1	0.4
69. Buffalo, NY	1	0.4
70. Calgary, AB	1	0.4
71. Cambridge, MA	1	0.4
72. Canton, NY	1	0.4
73. Caracas	1	0.4
74. Chemnitz	1	0.4
75. Cincinnati, OH	1	0.4
76. Claremont, CA	1	0.4
77. Cleveland, OH	1	0.4
78. College Park, MD	1	0.4
79. College Station, TX	1	0.4
80. Cortland, NY	1	0.4
81. Coruña	1	0.4
82. Curitiba	1	0.4
83. Dublin	1	0.4
84. Durham	1	0.4
85. Dusseldorf	1	0.4
86. El Cerrito, CA	1	0.4
87. Eskişehir	1	0.4
88. Estocolmo	1	0.4
89. Evanston, IL	1	0.4
90. Flushing, NY	1	0.4
91. Fort Collins, CO	1	0.4
92. Ghent	1	0.4
93. Guildford	1	0.4
94. Haifa	1	0.4
95. Halifax	1	0.4
96. Hartford, CT	1	0.4
97. Hobart	1	0.4
98. Houston, Texas	1	0.4

99. Kent, OH	1	0.4
100. Kokomo, IN	1	0.4
101. Konstanz	1	0.4
102. La Grande, OR	1	0.4
103. Lancaster, PA	1	0.4
104. Lausanne	1	0.4
105. Lieja	1	0.4
106. Lille	1	0.4
107. Lisboa	1	0.4
108. Loughborough	1	0.4
109. Maastricht	1	0.4
110. Madison, WI	1	0.4
111. Malatya	1	0.4
112. Manitoba	1	0.4
113. Mannheim	1	0.4
114. Marsella	1	0.4
115. Melbourne	1	0.4
116. Merced, CA	1	0.4
117. Milton Keynes	1	0.4
118. Montgomery, AL	1	0.4
119. Nancy	1	0.4
120. Nantes	1	0.4
121. Nashville, TN	1	0.4
122. New Haven, CT	1	0.4
123. New Paltz, NY	1	0.4
124. Niza	1	0.4
125. Normal, IL	1	0.4
126. Norman, OK	1	0.4
127. Nørrebro, Copenhagen	1	0.4
128. Northampton MA	1	0.4
129. Okemos, MI	1	0.4
130. Oranjestad	1	0.4
131. Orlando, FL	1	0.4
132. Orono, Maine	1	0.4
133. Overland Park, KC	1	0.4
134. Pella, IA	1	0.4
135. Pittsburgh, PA	1	0.4
136. Plymouth	1	0.4
137. Porto	1	0.4
138. Raleigh, NC	1	0.4

139.Rotterdam	1	0.4
140.Saitamashi	1	0.4
141.Salamanca	1	0.4
142.Salford	1	0.4
143.Salt Lake City, UT	1	0.4
144.San Francisco, CA	1	0.4
145.San José, CA	1	0.4
146.Santiago del Estero	1	0.4
147.Sheffield	1	0.4
148.Spalding	1	0.4
149.Stanford, CA	1	0.4
150.Statesboro, GA	1	0.4
151.Storrs, CT	1	0.4
152.Strasbourg	1	0.4
153.Tacoma, WA	1	0.4
154.Tallahassee, FL	1	0.4
155.Tampa, FL	1	0.4
156.Teramo	1	0.4
157.Tucson, AZ	1	0.4
158.Umea	1	0.4
159.Valencia	1	0.4
160.Varsovia	1	0.4
161.Versailles	1	0.4
162.Washington, DC	1	0.4
163.Waterloo, ON	1	0.4
164.Wayne, NJ	1	0.4
165.Woodlands, TX	1	0.4
166.Worcester, MA	1	0.4
167.York	1	0.4

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abend, G. (2007). Estilos de pensamiento sociológico, sociologías, epistemologías, y la búsqueda de la verdad en México y Estados Unidos. *Estudios sociológicos*, XXV(75), 573-633.
- Becher, T. (1989). *Tribus y territorios académicos. La indagación intelectual y las culturas de las disciplinas*. (A. Menegoto, Trad.) Barcelona, España: Gedisa.
- Becker, H. (2011). Escribir con computadora. En *Manual de escritura para científicos sociales. Cómo empezar una tesis, un libro o un artículo* (págs. 191-215). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Blanchard, A. (2010). Ce que le blog apporte à la recherche. (M. Dacos, Ed.) *Read/Write Book: Le livre inscriptible*, 10.
- Boas Hall, M. (Diciembre de 1965). Oldenburg and the Art of Scientific Communication. *The British Journal for the History of Science*, 2(4), 277-290.
- Bollen, J., Mao, H., & Zeng, X. (Marzo de 2011). Twitter mood predicts the stock market. *Journal of Computational Science*, 2(1), 1-8.
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D., & Labianca, G. (Febrero de 2009). Network Analysis in the Social Sciences. *Science*, 323(892), 892-895.
- Boudon, R. (1974). La sociología del año 2000. En *La crisis de la sociología* (págs. 51-57). Barcelona: Laia.
- Boullier, D. (2015). Les sciences sociales face aux traces du big data? Société, opinion et répliques. *Fondation Maison des sciences de l'Homme. Programmes scientifiques*(88), 27.
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social. Notes provisoires. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31, 2-3.
- Bourdieu, P. (9-15 de Marzo de 1989). Entretien de Didier Éribon avec Pierre Bourdieu, à l'occasion de la publication de « La noblesse d'État ». págs. 80-82.
- Bourdieu, P. (2001). *Science de la science et réflexivité*. Paris: Raison d'agir.
- Bourdieu, P. (septiembre – diciembre de 2011). La ilusión biográfica. *Acta sociológica*(56), 121 - 128.
- boyd, d. (2015). Social Media: A Phenomenon to be Analyzed. *Social Media + Society*, 1(1), 1-2.
- boyd, d., & Crawford, K. (2012). Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological, and Scholarly Phenomenon. *Information, Communication & Society*, 5(15), 662-679.
- boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

- Bunge, M. (2002). El efecto San Mateo. *Polis [En línea]*(2), 1-5.
- Burke, P. (2012). *A Social History of Knowledge. From the Encyclopédie to Wikipedia*. United Kingdom: Polity Press.
- Caldarelli, G., & Catanzaro, M. (2012). *Networks. A very short introduction*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0. *Réseaux*, 93-137.
- Cardon, D. (2013a). Dans le sillage du PageRank. Une enquête sur l'algorithme de Google. *Rezeaux*(177), 63-95.
- Cardon, D. (2013b). Du lien au like sur Internet. Deux mesures de la réputation. *Communications*(93), 173-186.
- Cardon, D., & Casilli, A. A. (2015). *Qu'est-ce que le Digital Labor*. Bry-Sur-Marne, Francia: INA Éditions.
- Casilli, A. A. (2009). 'Petit boîtes' et individualisme en réseau. Les usages socialisants du Web en débat. *Réalités industrielles*, 54-59.
- Casilli, A. A. (2010). *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité?* Éditions du Seuil.
- Casilli, A. A. (11 de Septiembre de 2015). "Poster sur Facebook, c'est travailler. Comment nous rémunérer ?". (J.-C. Féraud, Entrevistador) París, Francia.
- Castells, M. (2006). Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica. En M. Castells (Ed.), *La sociedad red una visión global* (págs. 27-75). Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2010). Una revolución de las comunicaciones. En *Comunicación y poder* (M. Hernández, Trad., págs. 87-109). Madrid: Alianza Editorial.
- Chew, C., & Eysenbach, G. (2010). Pandemics in the Age of Twitter: Content Analysis of Tweets during the 2009 H1N1 Outbreak. *PLoS ONE*, 5(11), 13.
- Crane, D. (1969). Social Structure in a Group of Scientist: A Test of the 'Invisible College' Hypothesis. *American Sociological Review*, 34(3), 335-352.
- Crane, D. (1970). The nature of scientific communication and influence. *International Social Science Journal*, XXII(1), 28-41.
- Daniels, J. (25 de 9 de 2013). *The Impact Blog. London School of Economics and Political Science*. Obtenido de <http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2013/09/25/how-to-be-a-scholar-daniels/>

- De Grande, P. (Septiembre de 2013). Constructivismo y sociología. Siete tesis de Bruno Latour. *Revista Mad- Universidad de Chile*(29), 48-57.
- De Solla Price, D. J. (1973). Los colegios invisibles. En *Hacia una ciencia de la ciencia* (págs. 108-144). Barcelona: Ariel.
- Derek, H., Shneiderman, B., & Smith, M. A. (2011). *Analysing Social Media Networks with NodeXL. Insights from a Connected World*. USA: Elsevier.
- Dietz, J., Chompalov, I., Bozeman, B., Lane, E. O., & Park, J. (Noviembre de 2000). Using the Curriculum Vita to Study the Career Paths of Scientists and Engineers: An Exploratory Assessment. *Scientometrics*, 49(3), 419-442.
- Ekins, S., & Perlstein, E. O. (Agosto de 2014). Ten Simple Rules of Live Tweeting at Scientific Conferences. *PLoS Computational Biology*, 10(8), 1-4.
- Eleta, I., & Golbeck, J. (Diciembre de 2014). Multilingual use of Twitter: Social networks at the language frontier. *Computers in Human Behavior*, 41, 424-432.
- Ellison, N. B., & boyd, d. (2013). Sociality through social network sites. En W. H. Dutton, *The Oxford Handbook of Internet Studies* (págs. 151-172).
- Eric, G., & Karrie, K. (2009). Predicting tie strength with social media. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 211-220.
- Freeman, L. C. (2000). La centralidad de las redes sociales. Clarificación conceptual. *Política y sociedad*(33), 131-148.
- Freeman, L. C. (2000). Visualizing social networks. *Journal of social structure*, 1(1).
- Freeman, L. C. (2004). Prehistory: The Origins of Social Network Ideas. En *The Development Of Social Network Analysis. A Study In The Sociology Of Science* (págs. 10-30). Empirical Press.
- Fuchs, C. (2004). Twitter and Democracy: A New Public Sphere? En *Social Media. A Critical Introduction* (págs. 179-206). Londres: SAGE Publications.
- García Salord, S. (2010). El curriculum vitae: entre perfiles deseados y trayectorias negadas. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 1(1), 103-119.
- Garfield, E. (1974-76). The 'Obliteration Phenomenon' in Science — and the Advantage of Being Obliterated! *Essays of an Information Scientist*, 2, 396-398.
- Gil Mendieta, J., & Schmidt, S. (2002). La red de poder mexicana. En *Análisis de redes. Aplicaciones en Ciencias Sociales* (págs. 95-155). México: UNAM-IIMAS.
- Gilbert, E., & Karahalios, K. (Abril de 2009). Predicting tie strength with social media . (ACM, Ed.) *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 211-220.

- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*(6), 1027-1042.
- Granovetter, M. (1990). The Myth of Social Network Analysis as a Special Method in the Social Sciences. *Connections*, XIII(1-2), 13-16.
- Granovetter, M. (2000). La fuerza de los vínculos débiles. *Política y sociedad*(33), 41-56.
- Holmberg, K., & Thelwall, M. (2014). Disciplinary differences in Twitter scholarly communications. *Scientometrics*, 101, 1027-1042.
- Jones, R. A. (Noviembre de 1980). Myth and Symbol among the Nacirema Tsigoloicos: A Fragment. *The American Sociologist*, 5(4), 207-212.
- Jung, N., & Ruíz León, A. (2015). Taller de redes. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.
- Krajewski, M. (2011). [apartado] In Praise of the Cross-Reference. En *Paper Machines. About Cards & Catalogs, 1548-1929* (págs. 63-65).
- Krajewski, M. (2013). Paper as Passion. Niklas Luhmann and His Card Index. En L. Gitelman, "*Raw data*" is an oxymoron (págs. 103-120).
- Latour, B. (2001). Un colectivo de humanos y no humanos. Un recorrido por el laberinto de Dédalo. En *La esperanza de Pandora. Ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia* (págs. 208-257). Barcelona: Gedisa.
- Latour, B. (2015). Ce que le numérique fait aux humanités. En B. N. Francia (Ed.). Paris.
- Lazega, E. (2007). *Réseaux sociaux et structures relationnelles*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Leskovec, J., & Horvitz, E. (2008). Planetary-Scale Views on a Large Instant-Messaging Network. *Proceedings of the 17th international conference on World Wide Web* (págs. 915-924). Association for Computing Machinery.
- Lévi-Strauss, C. (20 de julio de 1965). Claude Lévi-Strauss. *Personnalités suisses*. (H. Stierlin, Entrevistador) Paris.
- Liberman, S., & Kurt, B. W. (2013). Scientific Communication in the Process to Coauthorship. En G. J. Feist, & M. E. Gorman (Edits.), *Handbook of the Psychology of Science* (págs. 123-147). Springer Publishing Company.
- Liberman, S., & Wolf, K. B. (1990). Las redes de comunicación científica. Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Luhmann, N. (2 de octubre de 1997). Entrevista a Niklas Luhmann. *Radio Bremen*. (W. Hagen, Entrevistador)
- Lupton, D. (1995). The Embodied Computer/User. *Body Society*, 1(97), 97-112.

- Lupton, D. (2014). *'Feeling Better Connected'. Academics Use of Social Media*. Canberra, Australia: News & Media Research Centre, University of Canberra.
- Marin, A., & Wellman, B. (2010). Social Network Analysis. An introduction. En J. Scott, & P. Carrington (Edits.), *Social Network Analysis. A Handbook* (págs. 11-25). Thousand Oaks: Sage.
- McAlpine, L., Jazvac-Martek, M., & Hopwood, N. (2009). Doctoral student experience in Education: Activities and difficulties influencing identity development. *International Journal for Researcher Development*, 1(1), 97-109.
- McKie, D. (Julio de 1960). The Origins and Foundation of the Royal Society of London. *Notes and Records of the Royal Society of London*, 15, 1-37.
- Merklé, P. (2004). *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris: La Découverte.
- Miceli, C., Bruno, D., & Puhl, S. (2011). El concepto de 'colegio invisible' y la intersección de dos campos disciplinares en la Argentina de comienzos de siglo XX: criminología y psicología. *Anuario de investigaciones*, 191-199.
- Milgram, S. (Mayo de 1967). The Small-World Problem. *Psychology Today*, 1(1), 61-67.
- Molina, J. L., Domènech i Argemí, M., & Muñoz, J. M. (2002). Redes de publicaciones científicas: un análisis de la estructura de coautorías. *Redes: revista hispana para el análisis de redes sociales*, 1(3), 15.
- Monroy-Hernández, A., Kiciman, E., boyd, d., & Counts, S. (2012). Tweeting the Drug War: Empowerment, Intimidation, and Regulation in Social Media. *Human Computer Interaction International Conference*, (pág. 11).
- Núñez, J. F., & Cárdenas, E. (Junio de 2013). Identificación de asociaciones y complicidades, vía-email, de un grupo de analistas de redes sociales: ¿Qué intercambian los rederos? *Redes. Revista hispana para el Análisis de redes sociales*, 24(1), 27-52.
- Pak, A., & Paroubek, P. (2010). Twitter as a Corpus for Sentiment Analysis and Opinion Mining. In *Proceedings of the Seventh Conference on International Language Resources and Evaluation*, (págs. 1320-1326).
- Peng, T., Zhang, L., Zhong, Z., & Zhu, J. (2012). Mapping the landscape of Internet studies: Text mining of social science journal articles 2000–2009. *New Media & Society*, 644-664.
- Priem, J., & Costello, K. L. (2010). How and why scholars cite on Twitter. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 1550-8390.
- Quan-Haase, A., Martin, K., & McCay-Peet, L. (Junio de 2015). Networks of digital humanities scholars: The informational and social uses and gratifications of Twitter. *Big Data & Society*, 2(1), 12.

- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). The New Social Operating System of Networked Individualism. En *Networked. The New Social Operating System* (págs. 3-20). Cambridge, Massachusetts.
- Ritter, R. S., Preston, J. L., & Hernandez, I. (2013). Happy Tweets: Christians Are Happier, More Socially Connected, and Less Analytical Than Atheists on Twitter. *Social Psychological and Personality Science*, 7.
- Ronen, S., Gonçalves, B., Hu, K., Vespignani, A., Pinker, S., & Hidalgo, C. (Diciembre de 2014). Links that speak: The global language network and its association with global fame. *PNAS*, 111(52), E5616–E5622.
- Sandström, U. (Junio de 2009). Combining curriculum vitae and bibliometric analysis: mobility, gender and research performance. *Research Evaluation*, 135-142.
- Wade, L., & Sharp, G. (2013). Sociological Images Blogging as Public Sociology. *Social Science Computer Review*, 31(2), 221-228.
- Wagner, C. S. (2009). The New Invisible College Emerges. En *The New Invisible College. Science for Development* (págs. 1-12). Brookings Institution Press.
- Wellman, B. (2000). El análisis estructural. Del método y la metáfora a la teoría y la sustancia. *Política y sociedad*(33), 11-40.
- Wellman, B. (2002). Little boxes, glocalization, and networked individualism. En T. Makoto, v. d. Peter, & I. Toru, *Digital cities II: Computational and sociological approaches* (págs. 10-25). Berlin: Springer.